

Cuaderno de Investigación

Universidad Centroamericana

26

Noticias, reportajes y titulares en El Nuevo Diario y La Prensa

Autor:

Guillermo Cortés Domínguez



Índice

I. Prólogo	5
2. Introducción	7
Capítulo I	
3. La nota informativa	9
3.1. Metodología de la investigación	16
3.2. Marco teórico	17
3.3. Definición del universo y de la muestra	17
3.4. Hallazgos más relevantes	18
3.5. Conclusiones	26
3.6. Recomendaciones	27
3.7. Análisis comparativo entre El Nuevo Diario y La Prensa	27
Capítulo II	
4. El reportaje	32
4.1. Metodología de la investigación	38
4.2. Marco teórico	38
4.3. Definición del universo y de la muestra	39
4.4. Hallazgos más relevantes	40
4.5. Conclusiones	46
4.6. Recomendaciones	47
4.7. Análisis comparativo entre El Nuevo Diario y La Prensa	47
4.8. Entrevistas realizadas a editores y periodistas sobre el tema del género periodístico el reportaje	53
Capítulo III	
5. Titulares periodísticos	61
5.1. Metodología de la investigación	67
5.2. Marco teórico	68
5.3. Definición del universo y de la muestra	69
5.4. Hallazgos más relevantes	70
5.5. Conclusiones	77
5.6. Recomendaciones	77
5.7. Análisis lingüístico de los verbos en los titulares	78
5.8. Análisis comparativo entre El Nuevo Diario y La Prensa	85
Referencias bibliográficas	94

.....



I. Prólogo

El papel de los dos principales diarios impresos de Nicaragua sigue siendo importante en la construcción de opinión pública en el país. Si bien es cierto que existen pocos compradores de diarios en Nicaragua, el número de lectores se ha incrementado. La población nicaragüense, que está próxima a llegar a las seis millones de personas, busca diversas formas de obtener uno de los dos diarios o ambos con el fin de informarse a profundidad sobre los principales acontecimientos nacionales e internacionales.

Guillermo Cortés, docente del Departamento de Ciencias de la Comunicación en la Universidad Centroamericana, nos propone una actualizada visión de cómo los dos principales diarios de circulación nacional desarrollan la titulación de sus historias periodísticas, titulación que es clave a la hora de presentar las diferentes historias que se publican a diario.

Esta investigación permite ampliar el debate no sólo en las diferentes escuelas universitarias de Comunicación y Periodismo sino que también consigue introducir nuevos elementos a la discusión que se podrá realizar en las salas de redacción de los diarios nicaragüense, y por qué no, en los equipos de producción de noticieros radiofónicos y televisivos.

Esta publicación que nos propone el profesor Cortés es un esfuerzo por incluir en nuestro inventario bibliográfico nacional un tema que no solemos encontrar con facilidad en los librerías de una biblioteca o en las vitrinas de los puestos de libros, cada día más escasos en Nicaragua.

Gracias Guillermo por su contribución al gremio y al trabajo periodístico nicaragüense.

Gonzalo Norori
Director
Departamento de Ciencias de la Comunicación
Universidad Centroamericana

2. Introducción

Esta investigación en prensa escrita en el período enero-abril 2010, aborda dos de los cuatro géneros periodísticos informativos, la noticia y el reportaje, así como un componente esencial en la presentación de los mismos, los títulos o titulares. Todos los géneros periodísticos y la titulación tienen sus técnicas y procedimientos. La pregunta a contestar es, ¿qué tanto cumplen los diarios La Prensa (LP) y El Nuevo Diario (END), en su oferta cotidiana a sus audiencias, con los requerimientos de la teoría del periodismo?

La nota informativa es el género básico de la información que producen los medios de comunicación y el más utilizado, el cual tiene sus características específicas que lo definen y al mismo tiempo lo emparentan con los otros géneros. Este es el género informativo por excelencia. Ofrece a las audiencias no sólo un hecho novedoso, sino también de impacto y trascendencia. Debe estar escrita de manera directa, clara, breve y precisa.

La metodología tradicional para redactar la noticia es la de la pirámide invertida, que consiste en exponer primero lo más importante y después lo menos relevante, en orden descendente desde el primero hasta el último párrafo. Lo más importante de la noticia debe estar en el primer párrafo, y, más precisamente, en la primera línea. La entrada de la nota informativa debe contener al menos cuatro de las seis preguntas esenciales que debe responder la noticia: ¿Qué, quién, cómo, dónde, cuándo y por qué? Pero de manera creciente se están escribiendo noticias bajo el formato de crónicas, lo cual los hace más atractiva y permite a los periódicos competir con los medios audiovisuales, porque las palabras forman imágenes y crean situaciones que, a veces, ni la misma imagen puede transmitir.

El otro género analizado es el reportaje, el más completo de todos, y por ello llamado “el género de géneros”, pues contiene noticia, entrevista, crónica y hasta comentario. Su objetivo esencial es reconstruir minuciosamente un hecho, para lo cual se requiere de una dedicación especial de parte del periodista: más tiempo, más información y más interpretación, y, por tanto, significa altos costos para el medio.

La noticia requiere investigación, pues todo hecho debe ser comprobado antes de publicarse, pero el reportaje, por su complejidad y profundidad, exige mayores pesquisas, más contactos con fuentes vivas, documentales y de lugar, así como de un especial “olfato” periodístico o “sexto sentido” que suelen desarrollar las mujeres y hombres de prensa más destacados.

El reportaje, cuando está relacionado con hechos escabrosos, criminales, de corrupción, de situaciones que otros quieren ocultar, da lugar al denominado “periodismo de investigación”; cuando

se trata de otro tipo de temas, recibe el nombre de “periodismo de profundidad”; y cuando se basa en estadísticas y utilización de bases de datos, es “periodismo de precisión”.

Pero lo que ofrecen los medios escritos a sus audiencias no es solo información en formatos específicos como cada uno de los géneros informativos, sino que éstos van acompañados por titulares, antetítulos, asteriscos, fotografías, infografías, etcétera, todo lo cual pasa a ser parte del significado de la información y a veces hasta la determina, al igual que la ubicación de ésta en la página del periódico.

El titular debe corresponder al contenido del primer párrafo de la noticia e igual en el reportaje, cuando éste es de carácter informativo, pues cuando no lo es, el título puede ser genérico, simbólico, alegórico, sugestivo, y hasta jugar con las palabras y situaciones que vengan al caso. En la investigación de los titulares ofrecemos un apartado adicional, que es un breve análisis de los mismos desde el punto de vista lingüístico.

Dada la importancia de los tres aspectos periodísticos investigados, los resultados exponen aspectos cruciales del desempeño de los periodistas y de los diarios nacionales, como su agenda informativa y su relación con las necesidades de las audiencias, el apego o no a los hechos, la falta de fuentes e incluso situaciones lindantes con la manipulación de la información de acuerdo a agendas previamente definidas por la dirección de los medios, o a causa de falta de profesionalismo de algunos periodistas y editores.



La nota informativa o noticia es el género periodístico más utilizado, el que ocupa la mayor parte del área para contenidos, por lo que se considera como la base de todo el ejercicio periodístico, ya sea en medios escritos, televisados, radiales o digitales. Otros géneros informativos, por ser más complejos, tienen menos presencia, como la entrevista, la crónica y el reportaje.

Hay que hacer la salvedad de que la entrevista tiene una doble modalidad: existe como género informativo, cuando una entrevista -opinativa, temática o de semblanza- es presentada como tal y también como instrumento para obtener información. En este último caso, es la gran aliada de la nota informativa, pues la mayoría de las noticias se obtienen conversando con las fuentes. Algunas, como excepción, surgen de fuentes documentales.

La nota informativa se constituye en el género periodístico fundamental no sólo por tener una presencia abrumadoramente mayoritaria en cada edición de los medios de comunicación, sino también porque contribuye a que se realicen los demás géneros periodísticos, pues es su principal materia prima. Marín y Leñero (1986, p. 40), consideran la nota informativa como “el género fundamental del periodismo, el que nutre a todos los demás y cuyo propósito único es dar a conocer los hechos de interés colectivo”.

Generalmente, la nota informativa es un escrito más o menos corto, de entre una y dos y media cuartillas. La cuartilla equivale a 24 líneas de 1,074 palabras. Las dos cuartillas y media serían un poco más de 18 pulgadas columnares de texto.

Aunque todo es información no todo es noticia, y la principal característica de la nota informativa es precisamente que es noticiosa, es decir, su información debe ser novedosa, no debe haber sido conocida antes, y, además, debe ser de interés general, trascender e impactar.

La Pirámide Invertida

Grijelmo (2001, p. 30) define la información como “todo aquel texto periodístico que transmite datos y hechos concretos de interés para el público al que se dirige, ya sea hechos nuevos o conocidos con anterioridad”. Vivaldi señala (1998, p. 215): “En primer lugar tengamos en cuenta que el título periodístico, cuando es noticioso, debe responder a las seis preguntas clásicas constitutivas del esqueleto de la noticia: qué ha sucedido, a quién, cuándo, dónde, cómo y por qué ha acontecido tal o cual cosa”.

Es imposible para los medios impresos competir con la inmediatez e instantaneidad de los medios electrónicos como la radio, la televisión y el Internet, y mucho menos, con el encanto o fascinación que producen en las audiencias las imágenes, por un lado, y la naturaleza multimedios de estas últimas, por el otro. Para poder competir, muchos diarios en el mundo han decidido sustituir la

forma tradicional de comunicar noticias mediante la nota informativa, por contar historias a través de crónicas.

Sin embargo, en los diarios La Prensa (LP), y El Nuevo Diario (END), las crónicas son casi excepcionales, y la nota informativa, y su forma de presentar la noticia bajo la técnica conocida como la Pirámide Invertida, continúa ejerciendo su reinado como dueña y señora de los géneros periodísticos.

La Pirámide invertida jerarquiza los componentes esenciales de la noticia y los presenta según su mayor o menor importancia, procurando responder en el primer párrafo al menos a cuatro o cinco de seis preguntas que son claves para saber lo relevante sobre cualquier hecho: ¿qué, quién, cómo, dónde, cuándo y por qué? Algunos agregan ¿para qué?

El segundo párrafo tiene un carácter estrictamente complementario del primero, pues en él se responden las preguntas que no son atendidas en la entrada. En los siguientes se desarrolla la noticia, es decir, se ofrecen detalles, y en el último párrafo se debe plantear un elemento que ofrezca la sensación de que efectivamente ahí termina la noticia, de que no hay nada más importante que decir.

Enterarse de la noticia desde la entrada

Marín y Leñero (1986, pp. 57- 58) explican los elementos que integran la noticia:

- El hecho: qué ha sucedido.
- El sujeto: quién realiza la acción.
- El tiempo: cuándo sucedió.
- El lugar: dónde se llevó a cabo.
- La finalidad: para qué o por qué se efectuó.
- La forma: cómo se realizó.

Sobre la técnica de la pirámide invertida, la estructura en orden decreciente de importancia, lo principal en la entrada y el desarrollo en el cuerpo, es la más eficaz para presentar una noticia. Marín y Leñero, agregan que esta técnica “se ha impuesto en el periodismo contemporáneo debido a las ventajas numerosas que ofrece, tanto para el periodista en el momento de elaborarla como para el receptor” (1986, p. 74).

Sobre este aspecto, Vivaldi (1998, p. 40) dice que “cualquier trabajo periodístico exige un cuidado especial en la entrada”. La entrada es la parte más importante del relato noticioso, de la elaboración y también la más difícil. Ésta tiene como finalidad seducir al lector, persuadirlo para que continúe la lectura: atraerlo, informarlo... Los aspectos resumidos en la entrada son desarrollados en el cuerpo de la pirámide invertida de acuerdo con su valor informativo, mediante párrafos cortos e independientes. Así, esta técnica ofrece el relato noticioso con toda la claridad que una noticia exige.

La pirámide invertida utiliza el método de comunicación habitual, lo que, según Marín y Leñero (1986) ofrece una ventaja que le permite al lector enterarse desde el primer párrafo de lo que sucedió, cuándo, cómo, dónde, por qué y quién fue el protagonista del suceso.

Marín y Leñero (1986, p. 60) definen la entrada, cuerpo y remate, de la siguiente manera:

“La entrada, conocida también con el nombre de lead; del inglés to lead (que significa

introducir, conducir) es el primer párrafo, por lo común de cuatro a seis líneas de máquina de setenta golpes, donde idealmente se da a conocer lo más sobresaliente del hecho”.

“El cuerpo es el desarrollo de la noticia dada a conocer por la cabeza, los sumarios y la entrada. Ese desarrollo se realiza por lo general en orden decreciente de importancia. Lo más sobresaliente del hecho debe quedar siempre en la entrada; lo menos importante, hacia el final”.

“El remate es el último párrafo de una noticia, y su característica central, aunque parezca paradójico, es contener un dato secundario pero concluyente, de tal suerte que al lector le parezca natural que allí termine la noticia que acaba de conocer”. (1986, p. 61).

La nota informativa exige brevedad y concisión, ya que debe escribirse en párrafos de no más de cinco líneas. Adolecer de vocabulario, de capacidad de síntesis, y de dominio general de la escritura, dificulta cumplir con los requisitos de este género informativo.

Generalmente, cuando una nota informativa en su primer párrafo responde menos de cuatro preguntas, tiene una entrada incompleta y débil que resta información relevante y, por tanto, impide a los lectores tener una visión panorámica del hecho noticioso.

¿Qué respuesta debe encabezar la entrada?

“Las seis preguntas responden a las interrogantes que suele hacerse cualquier persona interesada en la información. La respuesta determina la amplitud de la noticia. No siempre es necesario responder a las seis; ello dependerá de las características de cada hecho noticioso, pero con frecuencia se responde por lo menos a cuatro. Con este mínimo de respuestas el receptor identifica rápidamente la noticia”, dicen Marín y Leñero (1986, p. 58).

¿Cuál de las respuestas a las seis o siete preguntas debe encabezar el primer párrafo? El periodista debe discernir cuál de los elementos es el más relevante. Unas veces será el quién, cuando en el hecho noticioso está involucrada una personalidad; o el qué, cuando lo sucedido es lo determinante. Pero puede ser el dónde, si el sitio o lugar es altamente significativo. En su Manual de Periodismo, Ricardo Cardet (1990, p. 24) sostiene que “de cada cien noticias mundiales transmitidas por cable a los periódicos y radiarios, ochenta de ellas comienzan por el ¿QUIÉN?”.

Cardet (1990, p. 36) define la noticia como “un hecho de actualidad que tiene interés general”. Un concepto más detallado es que la noticia o nota informativa –uno de los géneros periodísticos–, tiene como principal característica que aporta los datos principales sobre un hecho e intenta ser objetiva. Su función es informar los eventos tal como suceden, por lo que al redactarla el autor generalmente omite comentarios, juicios o posturas al respecto.

Otra característica de la técnica de la Pirámide Invertida para la elaboración de la nota informativa, es que los párrafos, aunque relacionados, deben ser redactados con autonomía entre unos y otros, es decir, que no dependan recíprocamente, y puedan ser trasladados de posición de arriba abajo o viceversa en el texto, sin afectarlo.

Esto facilita la labor de edición de los jefes de información y redacción o editores, que al examinar la noticia redactada por un periodista, decidan hacer cambios por considerar, por ejemplo, que un párrafo situado al final tiene un valor noticioso mayor que amerita que esté adelante, como señala Vivaldi (1998)

La objetividad

La nota informativa debe ser objetiva, pues no permite expresar opiniones ni llevar adjetivos, excepto cuando éstos agreguen información y no introduzcan ningún sesgo. Sin embargo, la objetividad no es total, puesto que en el proceso de recolección de la información, el periodista discierne sobre qué aspectos tomar o no de la realidad, realiza una interpretación para jerarquizarlos, y toma decisiones, en todo lo cual intervienen: su experiencia, creencias y costumbres, cultura, ideología y, en general, su forma de ver el mundo, lo que le confiere subjetividad a la construcción de la noticia.

Los periodistas no pueden reflejar los hechos tal y como son porque no son espejos que refractan la imagen que se les ponga delante; no son máquinas frías e insensibles que registran inmovibles un hecho, sino personas de carne y hueso, que con toda su sensibilidad y capacidad de emocionarse, se sitúan frente a los sucesos y los registran en su cerebro, donde pasan por el filtro de sus conocimientos.

La objetividad pues, está más bien relacionada con la capacidad del periodista de aproximarse lo más posible a los hechos, a lo que realmente sucedió, sin que la intervención de su subjetividad le imprima sesgos ni modificaciones al suceso. Marín y Leñero (1986, p. 40) aseguran que no es un género “objetivo”, ya que la sola jerarquización de datos con que se elabora implica una valoración por parte del periodista. Pero al mismo tiempo consideran que “es el menos subjetivo de los géneros”.

Al contrario, en las noticias escritas como crónica, el periodista puede introducir su sello personal, un estilo literario, y dejar ver sus sensaciones y emociones al interpretar lo que ha sucedido, pero no puede opinar en el sentido de hacer un juicio de valor sobre lo que ha ocurrido. Utilizando este género, tampoco está obligado a responder varias preguntas en la entrada pues, como punto de partida para contar una historia, puede considerar un solo aspecto en el que prevalecerán la narración, la discusión, y podría haber diálogos, puntos de vista y escena por escena.

Aunque está claro que la nota informativa debe responder al menos cuatro preguntas en su primer párrafo y que estas respuestas deben ir jerarquizadas de la más a la menos importante, hay varios estilos en la redacción, pues no siempre los periodistas comienzan directamente con el hecho, sino con alguna línea introductoria como pie de amigo. Algunas veces las primeras palabras están referidas a la fuente y no al hecho.

Varios puntos de vista

Otro aspecto esencial de la nota informativa es que debe tener varios puntos de vista y, al menos, el de la otra parte, la persona o institución aludida o señalada de algo. La diversidad de enfoques enriquece la noticia, lo cual permite más información a los lectores y, por tanto, aumenta las oportunidades de que se forme su propio criterio al respecto.

La integralidad de la noticia, sus diversos enfoques y su variedad de aspectos o elementos, muchas veces contradictorios y hasta antagónicos, pueden ayudar a las personas no sólo a formarse su opinión, sino a discernir sobre tal hecho y tomar decisiones relacionadas con su vida cotidiana.

En este sentido, la nota informativa puede contribuir a la formación de ciudadanía, en el sentido de que las personas estén muy bien o medianamente informadas, tomen decisiones y participen en diversas esferas de la vida diaria en su casa, su calle, sus barrios, ciudades, puestos de trabajo, etcétera,

es decir, tanto en el ámbito privado como público.

Marín y Leñero (1986, p. 40), por su parte, presentan algunas reglas para la nota informativa: no dar opiniones; informar del hecho y nada más; no interpretar; no calificar lo que se informa, ni opinar si es justo o conveniente, y que sea el lector quien saque sus conclusiones.

Grijelmo (2001, pp. 30, 39, 47) también propone reglas para la redacción de una nota informativa: no escribir en primera persona; utilizar con cuidado adjetivos y adverbios, para evitar apreciaciones personales; utilizar un lenguaje sencillo y comprensible; redactar de manera interesante; escribir párrafos breves, con frases simples, directas y concisas; e ir al grano de inmediato.

Las fuentes

Las fuentes son el componente esencial de la nota informativa, ya que suministran la información, siendo las más importantes las fuentes vivas, sin menoscabo de las documentales. Entre las vivas las hay de instituciones privadas y públicas, de organismos no gubernamentales, y de la sociedad civil e instituciones internacionales, así como de partidos políticos, iglesias, sindicatos, etc.

En general, cualquier persona, independientemente de su condición profesional o económica, puede ser una fuente informativa, pero no todas las fuentes son adecuadas para todos los hechos noticiosos, pues si se tratara, por ejemplo, de un asunto técnico o científico, se requiere de fuentes calificadas académicamente. Debe haber una pertinencia en dependencia del tipo de hecho noticioso del que se trate.

Una noticia debe tener múltiples fuentes, para que, con una diversidad de enfoques, pueda ganarse la credibilidad y confianza de las audiencias. En última instancia, al menos debe contar con dos, siempre que una represente otro punto de vista, de modo que la información resulte balanceada.

En un hecho sencillo, como es un choque de vehículos, por lo menos hay cuatro fuentes: los dos conductores, un testigo, y el policía que levantó el croquis del accidente. Si hubo golpeados o heridos e intervino la Cruz Roja o paramédicos de clínicas u hospitales privados, éstos serían otras fuentes. Esto podría ser un parámetro para decir que una nota informativa al menos debería tener tres fuentes vivas.

Fuentes anónimas

Entre las fuentes vivas, también están las anónimas, cuando se trata de temas escabrosos de corrupción y crimen, en que es comprensible que algunas personas suministren información, pero exijan que se proteja su identidad. Algunas veces, los periodistas no ponen todo su empeño para lograr acceso a una fuente e inventan la muletilla de “una fuente no identificada”, lo cual es reprobable.

Por su parte, el diario LP, en su Manual de Estilo y Código de Ética (2005, p. 34), establece: “En muy pocos casos se deben aceptar fuentes anónimas en las notas. Esto puede hacerse sólo cuando no se puede conseguir la información de otra manera. Las opiniones siempre se atribuyen a alguien. Una fuente que sólo da información no puede ocultarse, pues las informaciones sólo valen por quien las expresa”.

En el Manual (2005, p. 34) se agrega: “Cuando no se pueda mencionar el nombre del informante, se evitarán expresiones genéricas como: “fuentes fidedignas”, “fuentes competentes”, o “fuentes

dignas de crédito". En estos casos se deben utilizar fórmulas que, aunque no descubran la identidad de quien informa, se aproximen de alguna manera, como "fuente gubernamental, legislativa, judicial, eclesiástica, sindical, empresarial, diplomática, etc."

Las fuentes documentales deberían ser un acompañante permanente de las fuentes vivas, pero en los diarios nacionales se utilizan muy poco, y casi siempre en otros géneros periodísticos, sobre todo el reportaje. Una fuente documental puede darle solidez y profundidad a una nota informativa.

Entre las fuentes permanentes están los relacionistas públicos o divulgadores de las instituciones estatales y privadas (ministerios, empresas privadas y organismos diversos), con quienes los periodistas deben mantener excelentes relaciones profesionales, conscientes de que el trabajo de aquéllos es diferente al suyo, pues desde las vocerías oficiales se pretende proyectar una excelente imagen institucional y personal de sus líderes. En cambio, la misión del periodista es informar lo más objetivamente posible, con el interés de satisfacer las necesidades informativas de las audiencias.

Importancia de las fuentes

Los periodistas deben cuidar de que sus excelentes relaciones con los relacionistas públicos no sean afectadas al aceptar regalos inapropiados o los llamados estímulos perversos, que pueden originarse en prácticas de marketing para influenciar su voluntad, y con ello, restar imparcialidad y balance a sus notas informativas.

Por fuente periodística se entiende todo aquel emisor de datos del que se sirve el profesional de los medios de comunicación para elaborar el discurso narrativo de su producto informativo. Es cualquier entidad, persona, hecho o documento que provee de información al periodista para que éste tenga elementos suficientes para elaborar una noticia o cualquier otro género informativo. Grijelmo (1998, p. 575) señala que "algunos personajes tienen la habilidad de facilitar buena información. Se convierten así en fuentes prestigiadas, que hacen favores a los periódicos... y esperan recibirlos a cambio". Por eso previene: "El mejor periodista no sólo sabe captar información, preguntar en los lugares adecuados y trabar buenas relaciones con quienes disponen de datos interesantes. También ha de distanciarse de sus propios informadores personales, mantener educadamente la independencia respecto a las fuentes".

Las fuentes son importantes porque los periodistas no siempre pueden estar presentes en el momento en que se desarrollan los acontecimientos. Muchos de ellos no son previsibles y tan sólo una casualidad puede hacer que el periodista sea testigo presencial, como un accidente o un atentado.

En el caso de estos acontecimientos imprevisibles, o de otros a los que el informador no puede acceder fácilmente, el periodista debe recurrir a las fuentes informativas para que le proporcione información sobre lo ocurrido, he aquí su importancia.

El periodista puede mantener un número ilimitado de fuentes de uno u otro tipo y éstas pueden ir cambiando según los intereses o las preferencias del profesional. Sin embargo, todo periodista deberá seleccionar y jerarquizar todas aquellas fuentes cuya fiabilidad sea máxima. De esta manera se asegurará la obtención de unos datos correctos y contrastados y por ende una información veraz.

Clasificación de fuentes

Marín y Leñero (1986, pp. 48-49) ofrecen una clasificación de las fuentes:

- ❖ **Personas:** que le ayudan a conseguir informaciones o que le proporcionan pistas para descubrir un hecho noticioso.
- ❖ **Lugares:** oficinas de las “fuentes”, bibliotecas, hemerotecas.
- ❖ **Documentos:** escritos noticiosos. Son los que tienen valor noticioso, como algunos boletines de prensa, textos íntegros de discursos, intervenciones, entrevistas, conferencias, ponencias.
- ❖ **Escritos laterales:** los que sirven al reportero para ampliar su información, y conocer antecedentes de un suceso, como periódicos atrasados, libros técnicos, textos históricos.

La recopilación de información se puede hacer mediante dos fuentes:

- ❖ **Fuentes secundarias:** Son datos que ya existen y que han sido recopilados para propósitos distintos a los de la investigación que se realiza. Sus principales ventajas consisten en que son rápidos y fáciles de obtener, su costo de recopilación es bajo y ayudan a definir mejor un problema. Esta información debe ser actual, confiable, exacta y aplicable a la investigación.
- ❖ **Fuentes primarias:** Son datos que se obtiene específicamente para el estudio que se está realizando. Los métodos para recopilar la información son: entrevistas, sesiones de grupo, observación, encuestas, entre otros. De éstos, la más común y útil es la encuesta.

Tipos de entradas

Tipos de entrada de la nota informativa, según Marín y Leñero (1986, pp. 68-70)

- De cita directa: se trata de la entrada para declaraciones significativas, aspectos importantes en discursos de personalidades.
- De cita indirecta: el periodista ofrece una visión de lo ocurrido. Se redacta cuando se trata de declaraciones muy extensas.
- De datos simples: hay dos elementos de importancia noticiosa.
- De datos múltiples: para muchos periodistas este tipo de entrada es anti-periodística, debido a que son tres o más datos los que se incluyen.
- De interpretación: se ofrece un resumen, un enfoque sustancial de lo ocurrido y a partir del segundo párrafo o mediante la utilización del punto y seguido, se aportan los elementos que fundamentan la interpretación.

Otras entradas son:

- De enumeración: presenta tres o más hechos noticiosos relacionados entre sí.
- De relieve: en este tipo de entrada se destaca algún rasgo o característica especial de una determinada persona, lugar o hecho esencial.
- De cápsula: facilita a quella noticia que permite un resumen en su máxima expresión y que se puede ofrecer en el primer párrafo. Se utiliza en noticias de gran trascendencia.

- De interrogante: cuando con una pregunta se intenta llamar la atención del público.

Para Grijelmo (2001, pp. 38-45), “la entradilla de la noticia suele empezar con un relato conciso de los hechos”, y menciona varias de ellas:

- Literaria: hay una intervención literaria o descriptiva del periodista.
- De frase muy corta: un estilo de entrada de noticia extremadamente corta.
- Entrada de agenda: simplona y sin apenas interés.
- Entrada institucional: s menudo son sujetos de una institución.

Existe una diversidad de tipos de entrada noticiosa:

- Sumario: es el lead tradicional, que responde a todas las preguntas de la noticia.
- Impacto: una frase breve y rotunda para impresionar y capturar al lector.
- Retrato: descripción detallada sea del lugar, de la persona, del ambiente relacionados con la noticia.
- Contraste: presenta dos extremos opuestos.
- Interrogante: una pregunta impactante.
- Ambiente: las circunstancias o el trasfondo.
- Cita: una frase que sobresale de un discurso.
- Extravagancia: apertura original, basada en la curiosidad de su contenido: rimas, bromas, juegos.

3.1. Metodología de la investigación

Objetivos generales

1. Determinar si lo esencial de las noticias publicadas de enero a abril del 2010 por LP y END, está en el primer párrafo de la misma.
2. Cuantificar cuántas de las seis preguntas que deben ser respondidas en el primer párrafo de una nota informativa fueron encontradas en las noticias publicadas de enero a abril de 2010 por LP y END.
3. Precisar la cantidad de fuentes vivas y clasificarlas (públicas, privadas, ONGs, organismos internacionales, iglesias, individuales, anónimas, por sexo, etc.), así como de fuentes documentales, que utilizan las noticias publicadas en primera plana por LP y END.
4. Establecer si las noticias publicadas en primera plana entre enero y abril de 2010 por LP y END, cumplen con las características generales de la nota informativa (de interés general; completa; comprensible; y concisa).

Objetivos específicos

1. Medir en pulgadas lineales y en cuartillas periodísticas, la extensión y el columnaje de las noticias de primera plana publicadas de enero a abril de 2010 por LP y END.

2. Identificar el tipo, temas que abordan, y enfoques de los reportajes que publican los diarios LP y END.
3. Precisar los tipos de entrada que se utilizan en las noticias de primera plana publicadas entre enero y abril de 2010 por LP y END.
4. Determinar los ámbitos político-administrativo y geográfico de las noticias de primera plana publicadas entre enero y abril de 2010 por LP y END.
5. Cuantificar los puntos de vista presentes y si se toma en cuenta a la llamada "otra parte", en las noticias de primera plana publicadas entre enero y abril de 2010 por LP y END.
6. Establecer si hay opinión y si se usan adjetivos en las noticias de primera plana publicadas entre enero y abril de 2010 por LP y END.

3.2. Marco teórico

El referente general para esta investigación es la teoría sobre la nota informativa, para lo cual se construyó un marco teórico principalmente a partir de los autores Vivaldi (1998), Grijelmo (2001), y Marín y Leñero (1986), cuyos planteamientos básicos determinaron los objetivos especificados.

Los elementos esenciales de este referencial teórico están relacionados con que la noticia debe ser algo novedoso, de interés general, debe trascender e impactar, y que lo esencial de ella se escribe en el primer párrafo o entrada, en orden decreciente de importancia, respondiendo al menos a cuatro o cinco de las seis interrogantes básicas para conocer un hecho: ¿qué, quién, cómo, dónde, cuándo, por qué? Hay autores que incluyen una séptima, ¿para qué?

3.3. Definición del universo y de la muestra

El diseño de la investigación contempla que el universo son todas las noticias de primera plana de las ediciones impresas de los diarios LP y END, publicadas de enero a abril de 2010, es decir, 241 periódicos. La muestra es de 241 notas informativas de primera plana, 122 de LP y 119 de END, a razón de 30 noticias de una semana por cada mes, por cada diario, que es casi la cuarta parte de la totalidad de noticias publicadas por ambos en el período.

Tanto por la cantidad de informaciones como por el hecho de que éstas son las más importantes de los diarios al ser publicadas en la primera plana, que es la vitrina de los periódicos, y el lugar reservado para la difusión de los hechos principales ocurridos el día anterior, la muestra es totalmente representativa, es decir, los resultados del análisis serán válidos para la totalidad de las notas informativas más relevantes publicadas en esos cuatro meses.

Se tomaron sólo notas de primera plana. Los diarios publican generalmente cinco noticias en portada. En las ediciones de menos noticias, se tomaron las correspondientes a otras ediciones. Fueron excluidos de la muestra dos tipos de materiales periodísticos: los pertenecientes a otros géneros periodísticos como entrevistas, crónicas y reportajes; y los textos internacionales o de otro tipo, no elaborados por la planta de redactores de los diarios.

La selección de diarios impresos de los meses de enero hasta abril de este año, tiene la intencionalidad de que el análisis se haga sobre las publicaciones más recientes. De hecho, al comenzar

la investigación, aún no había transcurrido el mes de abril, pero se fue avanzando con las noticias de los tres primeros meses del año, y fue completada luego que transcurriera el último mes del período seleccionado.

Definición de las variables

Fueron formuladas 24 preguntas, algunas de ellas con respuestas múltiples, como si hubieran sido 34 variables, cada una elaborada a partir de los objetivos. Casi todas las preguntas son de orden cerrado, con una codificación previa, así que sólo algunas tuvieron que ser codificadas después del trabajo de campo.

Elaboración y aplicación de una hoja extractora de datos o cuestionario

El cuestionario se convirtió en una hoja extractora de datos que guió el trabajo de campo, pues fue aplicada a las notas informativas de primera plana del período seleccionado. Este instrumento de recolección de información fue sometido a pruebas mediante un trabajo piloto con varias noticias de primera plana de los diarios, lo que sirvió para detectar algunos vacíos y para validarlo.

Fueron reproducidas tantas hojas extractoras de datos como indica la muestra, de modo que cada noticia tuvo la suya para ser llenada minuciosamente, lo cual demandó una lectura detenida de cada párrafo, en busca de respuestas a las variables.

Codificación de las hojas

Luego de revisar las hojas y de subsanar las inconsistencias identificadas, se procedió a la codificación de las respuestas a las preguntas abiertas o de las respuestas a los "Otros" que aparece al final de las opciones para las interrogantes cerradas. El objetivo es que todas las respuestas en palabras, quedaran con su respectiva numeración.

Procesamiento en SPSS

Fue elaborado el programa de procesamiento, insertando las variables y sus opciones de respuesta codificadas, en el sistema de procesamiento automático de datos, conocido como SPSS. Finalizada la codificación, fue elaborada la base de datos, digitalizando los números correspondientes a las respuestas, en total, un poco más de ocho mil datos.

3.4. Hallazgos más relevantes

1. Orden de importancia en que fue publicada la nota informativa: El 65% de las notas informativas analizadas fueron publicadas así: 22.9%, en el primer lugar de importancia; 21.7%, en el cuarto, y el 20.8% en el tercero. Casi todas las demás se publicaron en segundo lugar (16.3%) y quinto (15.0). Sólo una pequeñísima parte, 3.3%, corresponde al sexto lugar de importancia. De todos modos, sólo el hecho de ser publicadas en primera plana, indica que son las noticias más importantes de cada día.

2. Número de columnas en que fue publicada la nota informativa: Casi el 52% de las noticias fueron publicadas a tres (26.6%) y dos columnas (25.3%). A seis columnas (23.2%), a cuatro (10.0%), una (9.5%) y cinco (5.4%). No todas las publicadas a seis columnas --que es el máximo de los diarios-- fueron las noticias más importantes del día, porque algunas veces las seis columnas fueron utilizadas en la parte inferior del diario. En cambio, algunas noticias a cinco columnas, fueron las más destacadas en sus respectivas ediciones.

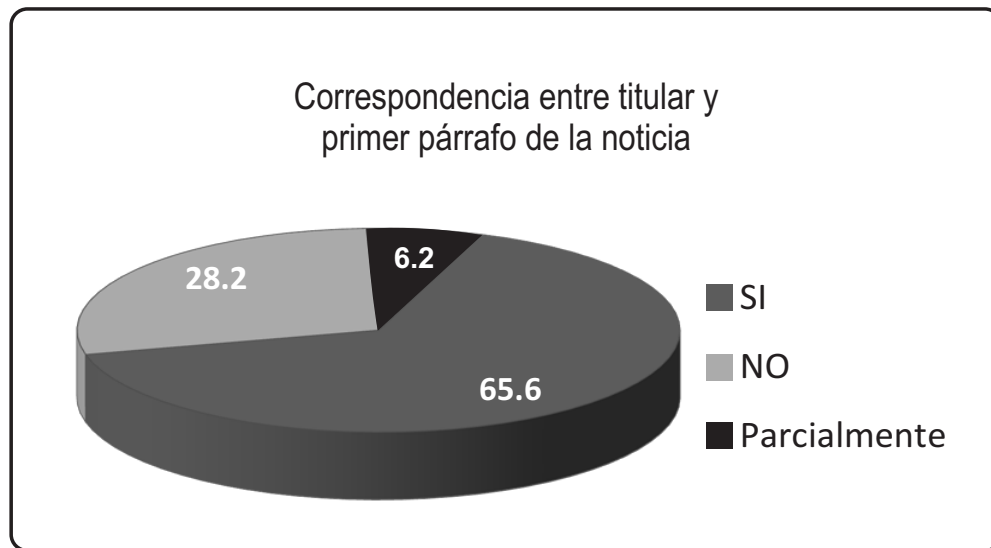
3. Responder lo más importante de la noticia en el primer párrafo: El promedio general de respuestas a las W en el primer párrafo, es igual para ambos diarios: 2.9, lo que los deja en deuda con las audiencias, pues debería ser al menos de 4 respuestas. Casi las dos terceras partes de las notas informativas no tienen en su primer párrafo el mínimo de cuatro respuestas a las seis o siete preguntas que deben ser atendidas en la entrada de una noticia, lo cual implica un vacío informativo.

La regla de que en el primer párrafo deben estar respondidas cuatro o cinco de las interrogantes ¿qué, cómo, dónde, cuándo y por qué? (las llamadas W), sólo se cumple en un poco más de la tercera parte de las notas informativas de LP y en un poco más de la cuarta parte de las de END.

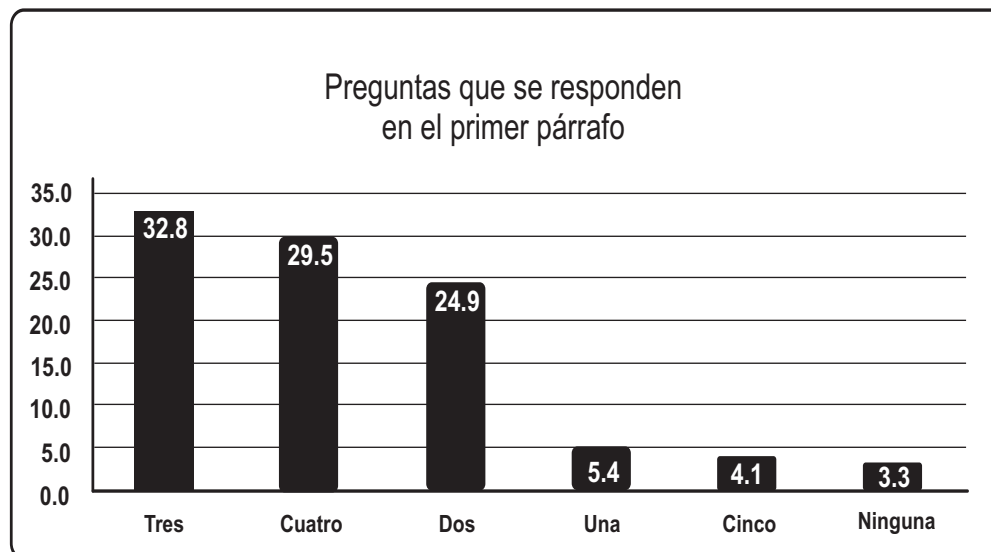
Hay un conjunto de noticias débiles en calidad informativa: el 8.2% de LP y el 2.5% de END, que sólo tienen una respuesta en la entrada; y el 4.9% de las notas informativas de LP y el 1.7% de END, que no tiene ninguna.

Muchos diarios en el mundo están escribiendo sus notas informativas como crónicas, que funciona diferente de la Pirámide Invertida, lo que no es una práctica generalizada ni constante en los diarios de Nicaragua.

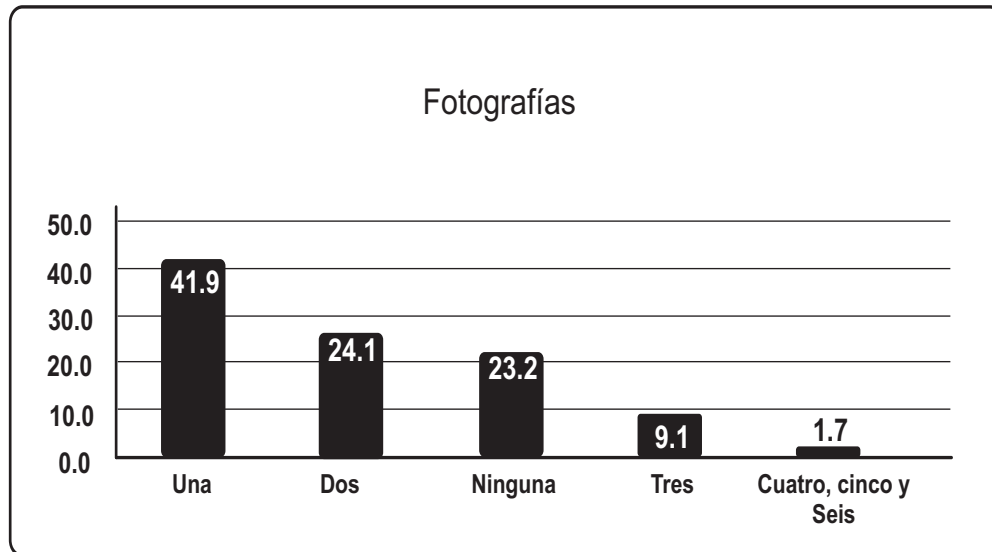
4. El significado del titular se debe corresponder con el contenido principal del primer párrafo de la nota informativa: En los dos tercios de las notas informativas el significado del titular se corresponde con el contenido del primer párrafo, no así en un poco más de la cuarta parte, y en el 6.2%, en el que existe una correspondencia parcial. En un poco más de la mitad, la correspondencia de los titulares con las noticias se encuentra en el segundo párrafo; en el tercero y en el cuarto, la quinta parte. Un poco más de la quinta parte de las noticias tiene el significado del título en el quinto, sexto, séptimo, noveno y décimo párrafos. Por otro lado, el 2.5% de titulares no se corresponden con ninguna parte del contenido.



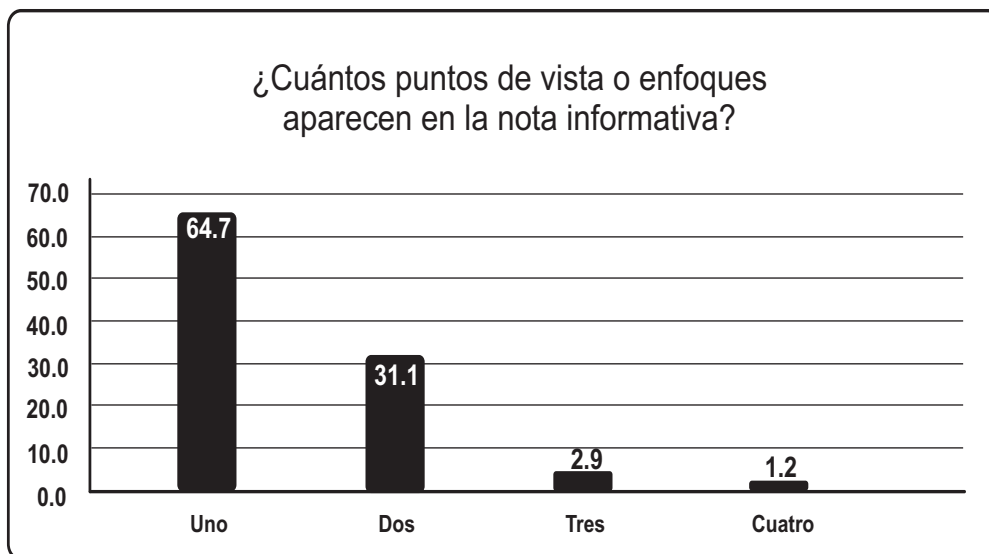
En casi siete de las noticias de LP cuyo titular no se corresponde con el contenido del primer párrafo, la correspondencia está en el segundo párrafo. En END casi un tercio está en el segundo párrafo, la cuarta parte en el tercero y el 11.1% en el quinto. El 15.9% de LP en el tercero. En END, la cuarta parte del significado de los títulos está en los párrafos cuarto, sexto séptimo, noveno y décimo. La séptima parte de las noticias de END, se corresponden con el titular en los párrafos cuarto, quinto y décimo. En ambos diarios hay titulares cuyo significado no está en ninguno de los párrafos, en END (2.8%) y en LP (2.3%).



5. La fotografía: La imagen se ha vuelto inseparable de las noticias en los diarios. Más de las tres cuartas partes de las notas informativas tienen alguna fotografía, siendo el promedio de 1.26 fotografías por noticia. El 76.8% de las noticias tiene fotografías: el 41.9% al menos una; el 24.1% tiene dos; y el 9.1% tiene tres. El 23.2% no tiene fotografía. Hay un alto acompañamiento gráfico, lo cual enriquece la información e inspira más seguridad y confianza a los lectores, por lo que es generadora de credibilidad para los diarios. Además, facilita el diseño gráfico y hace más atractiva la presentación de la información.



6. Puntos de vista, la otra parte, opinión del periodista, adjetivación y enfoque: En casi dos tercios de las noticias de ambos diarios sólo ofrecen un punto de vista, cuando al menos deberían ser dos, y muchas veces tres o cuatro. Es positivo que cada tres de diez noticias tenga dos puntos de vista.

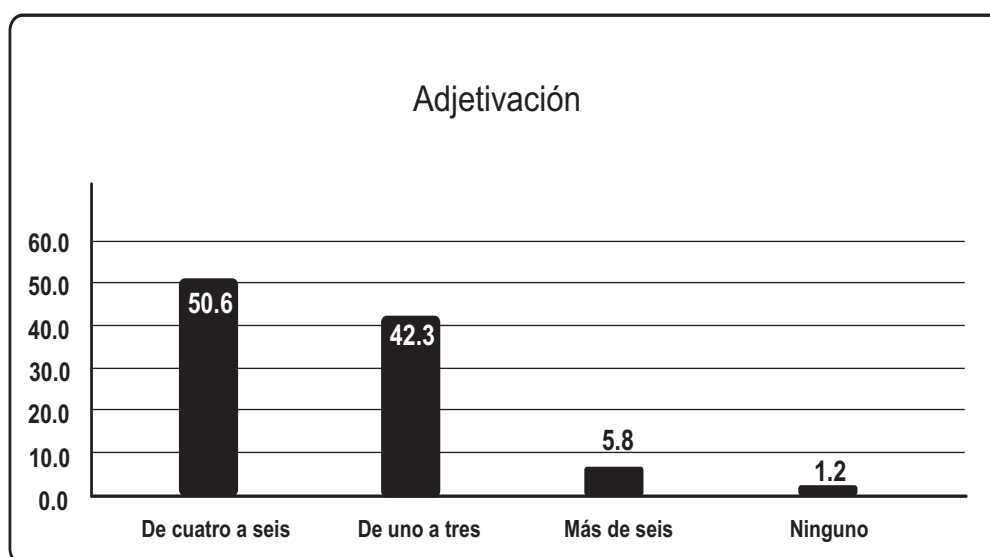


Directamente vinculado a lo anterior, en dos tercios de las notas informativas de primera plana de ambos diarios no se toma en cuenta a la otra parte, sólo en el otro tercio. Como agravante, en cerca de la tercera parte de las noticias (32.8%) hay opinión del periodista, la cual de ninguna manera debe estar presente.

De un lado se excluyen varios puntos de vista, de otro se prescinde de la voz de los aludidos o directamente afectados por una noticia, pero se presenta la opinión del autor de la nota informativa.

Las situaciones confluyen a favor de la unilateralidad y la falta de una visión integral de los fenómenos así como un aumento de la subjetividad, todo lo cual actúa en detrimento de la calidad informativa. Asimismo, esta exclusión violenta el derecho a la defensa de la integridad y el honor de las personas y se vulnera, en general, un derecho humano fundamental vinculado a la libertad de expresión.

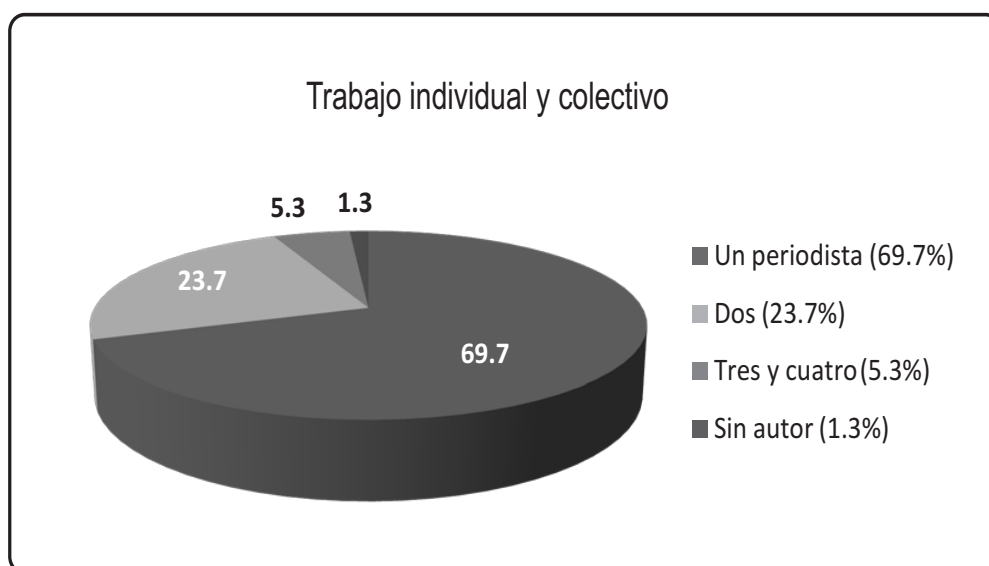
La subjetividad es agravada por el hecho de que el 98.8% de las noticias son adjetivadas, y de que el promedio de adjetivos por nota informativa es de 3.8. No se recomienda la adjetivación en las noticias, aunque algunos adjetivos puedan precisar la información, como por ejemplo, la intensidad y la magnitud, pero también pueden sesgar o cambiar el sentido de algún aspecto o hecho noticioso.



Debe agregarse a la falta de puntos de vista, la ausencia de la otra parte, la opinión del autor y la adjetivación, que casi siete de cada diez noticias tengan un enfoque negativo. Sólo cerca del 25% de las notas informativas tienen un enfoque positivo.

7. Nombre del autor o autora: Setenta y dos periodistas de ambos diarios escribieron 240 notas informativas, a un promedio de 3.3 noticias cada uno. Nueve de ellos -cinco mujeres y cuatro hombres-, elaboraron casi el 30% de las notas informativas. A Luis Galeano y Luis Núñez Salmerón les correspondió el 4%; Martha Vásquez y Octavio Enríquez el 3.7%, cada uno; Eduardo Cruz, María José Uriarte y Wendy Álvarez Hidalgo un 2.9%, respectivamente y a Elizabeth Romero y Anne Pérez Rivera 2.5%, cada una. El 1.2% de las noticias no identifica un autor; y el resto, fueron elaboradas por 63 periodistas más.

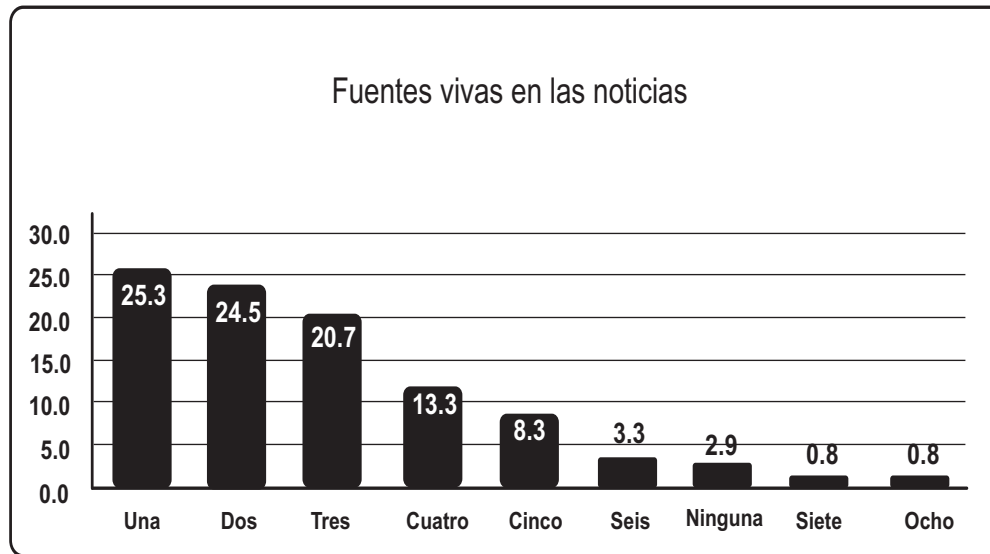
Casi siete de cada diez noticias fueron elaboradas individualmente, el 23.7% por dos periodistas, 5.3% por tres y cuatro, y el 1.3% de las notas informativas fueron publicadas sin firma. Estos resultados son indicativos de un trabajo colectivo en las salas de redacción de los diarios.



8. Cuatro requerimientos básicos de la noticia: El 82.2% de las notas informativas cumplen con los cuatro requerimientos de una noticia o al menos con tres. Casi el 63% son de interés general, completas, comprensibles/claras, y concisas. El 19.5% cumple con lo anterior, excepto porque no son completas. Igualmente, al 3.7% le falta la concisión; y al 3.3%, ser de interés general.

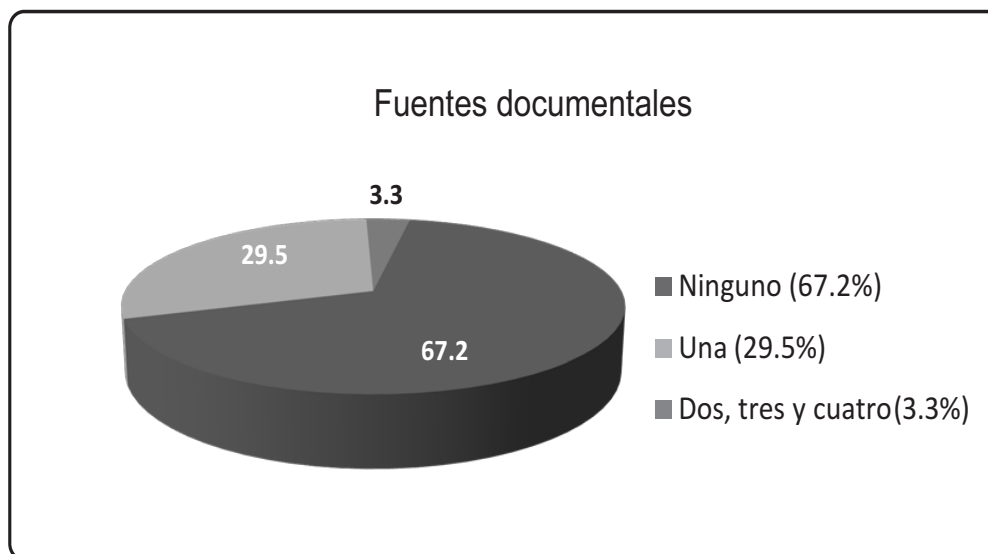
El 2.5% sólo son de interés general; el 2.1%, de interés general y comprensibles; el 1.7%, de interés general y concisas; y otro 1.7%, de interés general, completa y concisa. El 1.2% son de interés general y completa. El 1.2% restante cumple con dos de las cuatro características. Un 18% no cumple con todas las características o al menos con tres de ellas.

9. Fuentes: Las noticias publicadas por LP y END tienen como promedio 2.6 fuentes vivas. El 25.3% sólo tienen una fuente y el 24.5% tiene dos. Esto denota una falta de fuentes. Es decir, no se está consultando a la cantidad de personas que se requiere para ofrecer a las audiencias los puntos de vista más relevantes relacionados con un hecho. En este análisis, no se valora si las fuentes vivas consultadas son pertinentes o apropiadas, sólo el aspecto cuantitativo, pero por supuesto tiene un drástico impacto cualitativo. Las pocas fuentes en las noticias encuentran correspondencia con los dos aspectos señalados: la falta de varios puntos de vista, y la ausencia de la otra parte.



De las fuentes vivas utilizadas, el 43.2% corresponde a fuentes de instituciones públicas, pese a que la mayor parte del Estado y principalmente el gobierno central, aplican la política de secretismo contra los diarios y otros medios de comunicación. El 21% de las fuentes vivas son individuales, el 11.5% son instituciones privadas, el 9.2% partidos políticos, el 6.2% ONG, el 4.7% son medios de comunicación y el 1.6% son iglesias.

Por otro lado, el 29.5% de las noticias tienen alguna fuente documental, lo cual es un porcentaje nada despreciable. Las fuentes de lugar prácticamente son inexistentes.



Las fuentes "no identificadas" están presentes en el 30.3% de las notas informativas, y en nueve de cada diez de ellas no se ofrece ninguna justificación para ello. En los casos en que el diario trata de justificar que no se haya podido incorporar una fuente, no se identifica que el periodista haya intentado varios procedimientos para lograr entrevistar a la fuente. En la mayoría de veces el periodista no realizó una búsqueda exhaustiva de la fuente a la que le interesaba consultar. El hecho de que un tercio de las noticias tenga este tipo de fuentes afecta su credibilidad y, por tanto, la confianza de las

audiencias.

También se presenta un profundo desbalance en el uso de fuentes de acuerdo al sexo, pues el 82.7% de las utilizadas en las noticias son masculinas y apenas el 17.3% femeninas. Esta enorme disparidad se aprecia también en que en el 70% de las noticias no aparezca ninguna fuente femenina, pero sólo en el 11.2% de ellas no haya ninguna fuente masculina.

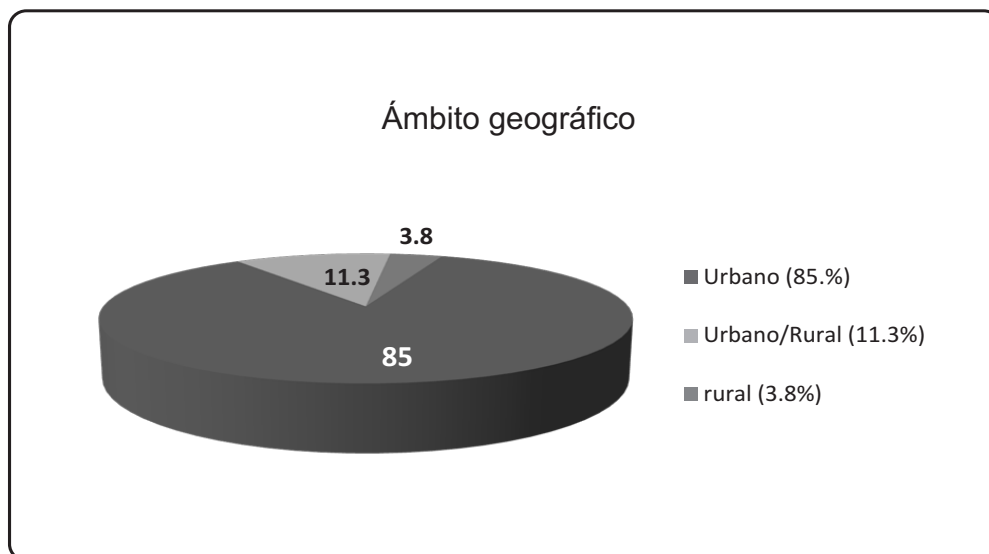
10. Principales temas abordados en la nota informativa: El 72.1% de las notas informativas se refieren a tres temas: política (42.7%), economía (17.0%) y seguridad ciudadana (12.4%). Cinco temas más tienen el 15.7% de las noticias, y son: salud y seguridad social (4.1%) cada uno; medio ambiente (2.9%), sucesos (2.5%) y educación (2.1%). El 12% restante se divide entre 18 temas, entre ellos turismo y educación, con 1.2% cada uno.

La política continúa prevaleciendo como el tema principal de ambos diarios, pero se observa un repunte de economía y seguridad ciudadana. Por otro lado, los 26 temas abordados en las noticias indican una amplia diversidad.

11. Tipo de enfoque identificado en la nota informativa: El 66.4% de las noticias tiene un enfoque negativo; el 24.9% es positivo; el 7.9% es neutro; y el 0.8% es negativo y también positivo. Las malas noticias prevalecen en las portadas de LP y END. El concepto de noticia está referido a su novedad, trascendencia e impacto, pero pareciera que las noticias negativas son las que llaman más la atención de las audiencias, lo cual determina que sean priorizadas en la jerarquización que realizan los editores de los medios de comunicación.

12. Ámbito político - administrativo y geográfico de la noticia: Las portadas de los diarios centran su atención en Managua, la capital, pues casi las dos terceras partes (73.4%) de las informaciones se producen en esta ciudad, que es el centro político - administrativo del país. En el 12% adicional de noticias (lo que suma 85.0%), que tratan sobre otras localidades y países, también está presente Managua. Por otro lado, sólo el 3.8% de las notas informativas están relacionadas con el ámbito rural y el 11.3% con una mezcla rural-urbana. El ámbito estrictamente urbano (85.0%) coincide exactamente con el político-administrativo.

Se puede concluir que LP y END están “managuanizados” y su mirada hacia el resto del país es muy esporádica. Faltan políticas informativas que lleven el quehacer del resto del país a las primeras planas de sus diarios más importantes. Del interior, las zonas geográficas más frecuentemente representadas en las noticias de primera plana son: Occidente (5.0%), Oriente (2.9%) y Costa Caribe (2.5%).



3.5. Conclusiones

1. En las noticias de primera plana de LP y END entre enero y abril de 2010 se observa la ausencia, en medida significativa, de algunos aspectos básicos que le confieren calidad a la noticia, como integrar al primer párrafo los datos informativos más relevantes, y que haya diversidad de puntos de vista, en particular, el de la otra parte. Asimismo, la falta de correspondencia del titular con el contenido del primer párrafo de la noticia, en una significativa cantidad de noticias. Además, en detrimento de la credibilidad informativa, se identifica adjetivación y opinión de parte del periodista.
2. En gran parte de las notas informativas ofrecidas en la primera plana de los diarios se comprueba la falta de suficientes fuentes, sobre todo, vivas. Prevalece la fuente de instituciones públicas, pese a las políticas restrictivas del gobierno central, lo que indica alto componente de la gestión gubernamental en la agenda informativa de los diarios. Adicionalmente, hay una excesiva presencia de fuentes no identificadas, la mayoría, de manera no justificada.
3. Las noticias de primera plana de los diarios tienen acompañamiento gráfico, lo que enriquece la información, le confiere una mayor autenticidad y hace más atractiva su presentación. En similar proporción, estas notas informativas cumplen con los requisitos básicos que deben tener las noticias en cuanto a ser de interés general, completas, comprensibles/claras y concisas. Lo completo está referido a la existencia de elementos noticiosos, no a puntos de vista, enfoques o fuentes.
4. Las portadas de los diarios están copadas por las noticias de Managua, y le dan muy poco espacio a las del resto del país. El ámbito político-administrativo es centralizado por la capital. Igual ocurre con el ámbito geográfico rural, cuya presencia en las principales noticias es casi nula.
5. Junto a la labor individual de los periodistas, hay un trabajo colectivo cuando dos o más de ellos suman esfuerzos para elaborar noticias conjuntamente. El trabajo colectivo en las salas de redacción de los diarios puede contribuir a una mayor eficiencia productiva y a fortalecer las relaciones entre los hombres y mujeres de prensa.

3.6. Recomendaciones

1. Establecer en los diarios, como reglas de estricto cumplimiento, que sólo se publicarán notas informativas que cumplan con los siguientes seis requisitos:
 - a) Responder al menos cuatro preguntas en su primer párrafo.
 - b) Que el significado de los titulares responda al aspecto noticioso más importante contenido en el primer párrafo.
 - c) Tener un mínimo de cuatro fuentes vivas.
 - d) Presentar al menos dos puntos de vista, siendo uno de ellos el de la otra parte.
 - e) No opinar.
 - f) Utilizar adjetivos sólo cuando éstos agreguen información como intensidad o magnitud.
2. Ampliar los espacios en la portada para que se publiquen más noticias que le permitan a los diarios ofrecer una representatividad noticiosa nacional; así como integrar a su primera plana, notas informativas del ámbito geográfico rural.
3. Estimular el trabajo colectivo entre los periodistas para una mayor eficiencia productiva y una mejor relación humana en las salas de prensa.

3.7. Análisis comparativo entre El Nuevo Diario y La Prensa

1. **Orden de importancia en que fue publicada la nota informativa:** El orden de importancia que tienen las noticias es similar en ambos diarios. En primer lugar en el orden, END tiene 24.4% y LP 21.5%. En el segundo lugar, LP (18.2%) y END (14.3%); en tercero, END (21.8%) y LP 19.8%; en cuarto, LP (23.1%) y END (20.2%); en quinto, END (15.1%) y LP (14.9%); y en sexto, END (4.2%) y LP (2.5%).
2. **Número de columnas en que fue publicada la nota informativa:** A seis columnas fueron publicadas el 29.4% de las noticias de primera plana de END y el 17.2% de LP. A cinco, 7.4% de LP y 3.4% de END; a cuatro, 10.1% de END y 9.8% de LP; a tres columnas, LP (32.8%) y END (20.2%); a dos, END (28.6%) y LP (22.1); y a una, LP (10.7%) y END (8.4%). En promedio, la nota informativa en END es de 3.6 columnas, mientras que en LP, es 3.3.

Al rango de menor extensión, 1 a 10 pulgadas, corresponden 9.2% de las noticias de END y sólo 0.8% de LP. De 11 a 15 pulgadas, END tiene el 14.3% de sus noticias, mientras que LP, 2.5%. Casi el 55% de las notas informativas de LP tienen de 21 a 25 pulgadas (28.7%) y de 26 a 30 (26.2%). Por su parte, cerca del 44% de las noticias de END están en el rango de 16 a 20 pulgadas (27.7%) y de 21 a 25 (16.0%).

3. **Temas y autores:** Hay dos diferencias fundamentales en el ámbito temático entre ambos diarios; la primera es que LP le da más espacio al tema político en su primera plana, con más del 16% que END; y la segunda, es que END ofrece una mayor variedad temática en sus notas informativas de primera plana, con 24 temas, mientras que LP sólo tiene 13. Por ambos lados, ventaja de END. El 23.5% de las noticias de primera plana de END fueron producto del trabajo conjunto de al menos dos periodistas (20.1%); y en LP casi el 34.0%. Ventaja de LP.

En END, dos periodistas encabezan a sus colegas en la elaboración de notas informativas de primera plana: Luis Núñez Salmerón y Luis Galeano (8.4% cada uno). Les sigue Martha Vásquez (7.6%), José Adán Silva y Carlos Larios (4.2%). Cuatro periodistas, Rafael Lara, Edgard Barberena, Cristhian Marengo y Tania Sirias (3.4%, respectivamente); y Ary Neil Pantoja y Óliver Gómez (2.5%).

En LP, Octavio Enríquez escribió la mayor cantidad de noticias (7.4%). Le siguen tres periodistas: Wendy Álvarez Hidalgo, María José Uriarte y Eduardo Cruz (5.8% cada uno). Arlen Cerda y Elizabeth Romero (5.0% respectivamente). Lucía Navas y Anne Pérez, marcan 4.1% cada una. Elizabeth también escribió en conjunto con Eduardo Cruz, otro 4.1% de las notas informativas. Eddy López y Ludwing Loáisiga contribuyeron con el 3.3% de las notas.

Cuarenta periodistas son de END y 32 de LP. Once periodistas de LP escribieron el 53.7% de las noticias de portada y el 46.3% se lo distribuyeron 21 periodistas. La misma cantidad de periodistas escribió en END el 51.3% de las noticias; el 2.5%, no tiene autor; y el resto, 46.2% de notas informativas, fue escrito por 29 periodistas.

El 23.5% de las noticias de primera plana de END fueron producto del trabajo conjunto de al menos dos periodistas (20.1%). En el 3.4% de las notas informativas participaron tres (1.7%) y cuatro (1.7%) periodistas. Casi el 34% de las noticias de primera plana de LP fueron producto de un trabajo conjunto en el que intervinieron al menos dos periodistas (26.4%). En el 5.0% participaron tres periodistas y en el 2.5%, cuatro.

4. Correspondencia entre el significado del titular con el contenido principal del primer párrafo de la nota informativa: Por su significado, en END, el 68.1% de los titulares de las notas informativas de primera plana, se corresponden con el contenido del primer párrafo de la noticia, no así el 26.9%. En LP hay correspondencia en el 63.1%, y no la hay en el 19.5%. Se encontró una correspondencia parcial en el 7.4% de LP y 5.0% de END. Esto implica que en la cuarta parte de las notas informativas de END y en la quinta parte de LP, la falta de concordancia entre titular y contenido afecta la calidad de la noticia y dificulta la comprensión de la información de parte de las audiencias.

5. Párrafo de la nota informativa donde se encuentra el asunto al que se refiere el título: En el 68.2% de las noticias de LP, cuyo titular no se corresponde con el contenido del primer párrafo, está en el segundo. En END, en el 33.3% el título se corresponde con el segundo párrafo el 25.0%, en el tercer párrafo y el 11.1% en el quinto. El 15.9% de LP en el tercero y el 9.1% en el cuarto.

En END, el 8.3% del significado de los títulos está en el cuarto párrafo, y otro tanto en el séptimo, en el décimo el 5.6%, y 2.8%, en el noveno y el sexto respectivamente. En LP, el 2.3% está en el quinto, y lo mismo en el décimo. En ambos diarios hay titulares cuyo significado no está en ninguno de los párrafos, en END (2.8%) y en LP (2.3%).

El que más de las dos terceras partes de las noticias se correspondan con el titular en el segundo párrafo, y no en el primero, como debería ser, indica problemas en la jerarquización de la información, y también en la titulación, puesto que ambas deben concordar. Además, pone en evidencia una contradicción o falta de comunicación entre el periodista autor de la nota informativa y el editor que titula.

6. Preguntas que se responden en el primer párrafo o entrada de la nota informativa: La reglas de que en el primer párrafo de la noticia deben estar respondidas cuatro o cinco de las interrogantes ¿qué, cómo, dónde, cuándo y por qué? (Las llamadas W), que establece la técnica de la

Pirámide Invertida, sólo se cumple en el 32.8% de las notas informativas de LP y en el 26.1% de END. Hay tres respuestas, en END (33.6%) y LP (32.0%). Sumadas ambas, se puede afirmar que en el 64.8% de las noticias de LP y el 59.7% de las de END, hay al menos tres respuestas en su primer párrafo. Cinco respuestas tienen el 4.9% de las noticias de LP y el 3.4% de las de END.

En el otro extremo, sólo una respuesta tiene el 8.2% de las noticias de LP y el 2.5% de las de END. También el 4.9% de las notas informativas de LP no tienen ninguna W en la entrada; y en END, el 1.7%.

7. Tipo de entrada de la nota informativa: En el 82.3% de las de END y en el 81.8% de las noticias de LP, prevalecen cuatro tipos de entrada de la noticia: de datos simples (29.4% y 22.3%); de datos múltiples (25.2% y 19.8%); de cita indirecta (14.3% y 17.4%) y de interpretación (13.4% y 22.3%).

Otros tipos de entrada, con mucho menos porcentaje, son: de relieve (7.6% y 5.0%); de cita directa (6.7% y 3.3%); y de contraste (3.4% y 0.8%). Otros cuatro tipos de entrada, sólo los utilizó LP: literaria y de cápsula (1.7% cada una); y de interrogante (0.8%).

8. Presencia en la nota informativa de las siguientes cuatro características: Cuatro características generales que deben tener las noticias son: ser de interés general, completas, comprensibles/claras y concisas. En LP el 68.9% cumple con estas cuatro características y en END el 56.3%. El 32.7% de las noticias de END reúne tres de las cuatro características, y el 22.2% de LP. Dos características, en END (6.7%) y en LP (4.9%), y sólo una, END (4.2%) y LP (2.4%). Hay una ventaja para LP.

9. Tomar en cuenta a la otra parte en la nota informativa: En el 67.2% de las noticias de END no se toma en cuenta a la otra parte, y en el 65.6% en LP. En el 32.8% y 34.4%, respectivamente, sí se toma en cuenta a la parte aludida.

10. Número de puntos de vista o enfoques sobre un mismo aspecto en la nota informativa: En el 67.2% de las noticias de END sólo se presenta un punto de vista, y en LP en el 62.3%. Dos puntos de vista hay en el 35.2% de las noticias de LP y en el 26.9% de END. El 3.4% de noticias de END tiene tres puntos de vista y el 2.5% de LP. Hay cuatro puntos de vista en el 2.5% de END, y en ninguna de LP.

11. Opinión del periodista en la nota informativa: En el 72.3% de las noticias de END el periodista no opina, tampoco en el 62.3% de LP. Sí hay opinión del periodista en el 37.7% de las notas informativas de LP, y el 27.7% de las de END.

12. Adjetivos utilizados en la nota informativa: El 55.7% de las notas informativas de LP tiene entre cuatro y seis adjetivos, y en las de END, 45.4%. Más de seis adjetivos, en END (7.6%) y en LP (4.1%). De uno a tres adjetivos, 44.5% en END y 40.2% en LP. El promedio de adjetivos por noticia es mayor en LP (3.8) que en END (3.6). Salvo cuando los adjetivos adicionan información como magnitud o intensidad, por ejemplo, éstos suelen darle cierta subjetividad a las notas informativas, por lo cual no deberían ser adjetivadas.

13. Fotografías que acompañan a la nota informativa: Casi el 70% de las notas informativas de LP tienen el acompañamiento de una fotografía (40.2%) o de dos (29.5%); y 62.2% en END (43.7% y 18.5%, respectivamente). Hay tres fotos en el 9.8% de las noticias de LP y en el 8.4% de END. De manera excepcional, hay noticias muy graficadas, como el 1.7% de END, con cinco y con seis, 0.8%. En LP, 0.8% con cuatro. El promedio de fotografías por nota informativa es de 1.3 en LP y 1.2 en END,

lo cual indica que generalmente la noticia tiene acompañamiento gráfico y que las fotografías tienen una gran importancia para los diarios.

14. Fuentes vivas, documentales, de lugar, y “no identificadas”: Del total de fuentes vivas utilizadas en las 241 notas informativas analizadas, el 58.5% corresponde a LP; y el 41.5%, a END, para un promedio de fuentes vivas por noticia, de 3.1, para el primero, y 2.2, para el segundo. Ventaja para LP.

La mayor parte de las fuentes vivas son de instituciones públicas (END 43.8% y LP 42.7%) e individuales (END 26.6% y LP 17.0%). Siguen las de instituciones privadas (LP 13.0% y END 9.4%). Las fuentes de organizaciones de la sociedad civil (END 7.5% y LP 5.3%); organismos internacionales (LP 5.3% y END 3.7%); medios de comunicación (LP 3.2% y END 2.2%); e iglesias o religiones (END 1.9% y LP 1.3%). En fuentes de partidos políticos (LP 12.2% y END 4.9%).

En fuentes públicas, ambos diarios están similares, pero en individuales son muchas más en END, que también ofrece más fuentes de organizaciones de la sociedad civil. LP casi triplica a END en fuentes políticas y tiene más fuentes de instituciones privadas y de organismos internacionales. Pero tener más fuentes políticas podría ser indicativo de que el tema tiene un tratamiento demasiado amplio en la agenda informativa, en detrimento de otros temas más sensibles a las necesidades cotidianas de la mayoría de las audiencias.

Una gran parte de las notas informativas de los diarios no tiene fuentes documentales: LP 65.6% y END 68.9%. El 32.0% de LP y el 26.9% de las noticias de END, tienen una fuente; el 3.4% de END y el 1.6% de LP, tienen dos. Tres fuentes tienen el 0.8% de ambos. El promedio de fuentes documentales por noticia es de 0.40 para LP y 0.36 para END. Hay una cierta ventaja de LP.

El 28.2% de las noticias de END tienen alguna fuente no identificada, y el 17.0% de las de LP. Del total de noticias con fuentes no identificadas, el 62.4% corresponde a END y el 37.6% a LP. A más fuentes no identificadas, menor calidad en la nota informativa, la cual requiere de fuentes que inspiren confianza y seguridad. Ventaja de LP. En el 11.5% de las noticias de LP se ofrecieron razones por las cuales no se consultó a una fuente; y en END, en el 10.9%.

15. Fuentes femeninas y masculinas: El 69.7% de las noticias de END y el 66.4% de las de LP, no tienen ninguna fuente femenina; en cambio, sólo el 12.6% no tiene ninguna fuente masculina en END y 9.8% en LP. El promedio de fuentes femeninas en LP es de 0.48 y en END de 0.46; mientras que el promedio de fuentes masculinas es 2.6 en LP y 1.9 en END.

16. Tema principal que se aborda en la nota informativa: El 79.9% de las noticias de END se concentran en cinco temas, y 86.9% de LP, en cuatro. Ambos coinciden en que sus principales temas son: política (LP: 50.8% y END: 34.5%); economía (LP: 18.9% y END: 15.1%); y seguridad ciudadana (END: 12.6% y LP: 12.3). En cuarto lugar, END tiene seguridad social, y salud con 5.9% cada uno; y LP a medio ambiente, con 4.9%. El 26.1% restante de las noticias de END abordan 19 temas; mientras que el 13.1% de LP, nueve temas.

Hay dos diferencias fundamentales en el ámbito temático entre ambos diarios: la primera es que LP le da más espacio al tema político en su primera plana, con más del 16% que END; y la segunda, es que END ofrece una mayor variedad temática en sus notas informativas de primera plana, con 24 temas; mientras que LP sólo tiene 13. Por ambos lados, ventaja de END.

17. Tipo de enfoque identificado en la nota informativa: El 66.4% de las noticias de END, así como de LP, tienen un enfoque negativo. El 24.6% de las de LP tienen enfoque positivo y el 25.2% de END. Enfoque neutro, 9.0% en LP y 6.7% en END. Enfoques negativo y positivo, 1.7% en END y ningún porcentaje en LP.

18. Nombre de la ciudad o localidad donde ocurre el asunto al que se refiere la nota informativa: El 75.6% de las notas informativas de END ocurren en Managua, y el 71.3% de las de LP. Prevalece el llamado “managuacentrismo” que le concede muy poco espacio en primera plana a las noticias que ocurren fuera de la capital.

19. Ámbito geográfico en el que sucede la noticia: El 87.3% de las noticias de END se producen en un ámbito urbano, así como el 82.8% de LP. En el ámbito combinado urbano-rural, LP tiene 13.9% y END 8.5%. Las noticias en el ámbito rural son el 4.2% en END y 3.3% en LP. El área rural es marginal en la primera plana noticiosa de estos dos diarios nacionales.



El reportaje es el género periodístico más importante, el más complejo, completo y difícil de elaborar. Es llamado “el género de géneros”, porque contiene a los demás, es decir, en su construcción interviene la nota informativa, la entrevista, la crónica y también la opinión.

Dos reportajes de gran envergadura, uno de Carlos Salinas Maldonado, del diario LP, sobre la tragedia por el deslave del volcán Casitas, y el otro de José Adán Silva, de END, acerca de los obreros de las bananeras afectados mortalmente por el pesticida Nemagón, fueron finalistas en los últimos años en el más importante concurso iberoamericano de periodismo de investigación. Esto da una idea de la creciente importancia de este género en los diarios nacionales impresos Nicaragua.

No obstante que los diarios en algún momento hasta han tenido unidades de periodismo de investigación, la promoción de los reportajes se estrella con el escollo de su financiamiento, pues son caros, y los medios no siempre están dispuestos a que uno o dos de sus periodistas se dediquen por varios días en exclusiva a la investigación de un asunto, lo cual los sustrae de las tareas cotidianas de la sala de redacción. Los reportajes implican también pago de transporte, alojamiento y alimentación. LP tiene un suplemento dominical, Domingo, en el que cada fin de semana publica al menos un material periodístico bajo la etiqueta de reportaje.

Vivaldi (1998, p. 65) define el reportaje como un “relato periodístico esencialmente informativo, libre en cuanto al tema, objetivo en cuanto al modo, y redactado preferiblemente en estilo directo, en el que se da cuenta de un hecho o suceso de interés actual o humano; o también: una narración informativa, de vuelo más o menos literario, concebida y realizada según la personalidad del escritor-periodista”.

Para el periodismo de investigación y el periodismo de profundidad, que hurgan en lo más recóndito de un hecho, el reportaje es el género periodístico más adecuado para exponer sus resultados o principales hallazgos. El reportaje requiere de abundante información, pues, como lo expresa Gabriel García Márquez, su misión es reconstruir minuciosamente un hecho.

Investiga, describe, informa, entretiene y documenta

El reportaje investigativo requiere una labor casi detectivesca del periodista para captar detalles completamente desconocidos sobre un hecho en particular. Demanda mucha confianza de las fuentes en el reportero, las que aportarán pruebas y documentos en muchos casos confidenciales, con la total certeza que el periodista no revelará sus nombres.

No sólo los asuntos delictivos que otros tratan de ocultar son la materia prima para los reportajes, también este género se utiliza para publicar historias del llamado periodismo de profundidad, sobre hechos para nada ilegales, como la transformación de una comunidad rural debido a su reciente electrificación.

Aseguran Marín y Leñero (1986, p. 43): “El reportaje investiga, describe, informa, entretiene, documenta. Un reportaje así se asemeja a la noticia en cuanto al propósito de informar, y se diferencia de ella por la serie de detalles noticiosamente secundarios pero interesantes que descubriría. También se diferenciaría en que, aquí, los personajes podrían presentarse con mayor viveza. Esta descriptiva se acercaría al cuento o a la novela, pero sería diferente por el hecho de que el reportaje trabaja siempre con situaciones y seres reales”.

Los reportajes del llamado periodismo de profundidad no tienen límite temático y pueden ser tanto sobre aspectos positivos o negativos de la política y la economía, salud y educación, deportes o temas controversiales, como la violencia intrafamiliar, el aborto, los derechos de las minorías, contaminación ambiental, libertad de expresión, etc.

Para Grijelmo (2001, p. 65), “el reportaje informativo” --como él le llama-- es la recreación de la noticia. “El reportaje es un texto informativo que incluye elementos noticiosos, declaraciones de diversos personajes, ambiente, color y que fundamentalmente tiene carácter descriptivo”. Para Marín y Leñero (1986, p. 43), “Los reportajes se elaboran para ampliar, completar, complementar y profundizar en la Noticia; para explicar un problema, plantear y argumentar una tesis o narrar un suceso”.

Fuentes

El reportaje requiere de múltiples fuentes informativas, así como de las fuentes documentales, las cuales juegan un papel especial, sobre todo porque se utilizan no sólo en la elaboración del reportaje, sino en la investigación previa que el periodista debe realizar para determinar si emprende esta aventura, y, luego de ello, para ubicar probables rutas de investigación.

Si consideramos que un hecho noticioso simple como el choque entre dos vehículos puede involucrar a tres o cuatro fuentes, siendo el reportaje una tarea de mayores proporciones, de una gran magnitud, podría decirse que requiere de al menos diez fuentes vivas y documentales.

Como en periodismo de investigación los reportajes abordan historias controversiales y peligrosas, es frecuente encontrar personas que estén dispuestas a compartir información, pero no a sostenerla públicamente, y por ello solicitan que su identidad se mantenga en secreto. El periodista debe procurar que estos casos no se produzcan, o que sean mínimos, porque aceptarlos implica perder una fuente, la cual debe tener conciencia de su responsabilidad ante la sociedad.

En los casos en que la fuente no permita de ninguna manera que su nombre aparezca ligado a sus declaraciones, el periodista debe asegurarse por diversos medios que la información proporcionada por esa fuente anónima realmente es verdadera, por lo que debe comprobarla de manera fehaciente.

Planificación

Asimismo, es recomendable comprobar con al menos dos fuentes, antes de aceptar un hecho como real, particularmente cuando el reportaje trata sobre actos de corrupción como apropiación indebida de fondos públicos o narcotráfico y crímenes diversos; o temas de alguna manera controversiales.

Antes de acometer la investigación para publicar un reportaje, el periodista debe tener pruebas o elementos de juicio que evidencien que lo que investigará tiene altas posibilidades de ser

algo real. Por la naturaleza del proceso investigativo que requiere el reportaje, el periodista debe estar absolutamente seguro del tema a investigar, y sólo cuando alcance esa certeza, debe elaborar un detallado plan de trabajo, unos objetivos y una estrategia para alcanzarlos.

En primer lugar, al elaborar su plan de trabajo, el periodista debe delimitar correctamente el tema a investigar, de modo que sea algo factible o posible de realizar, para lo cual debe vencer la tendencia natural a engolosinarse con temas demasiado amplios que no están a su alcance. Para ello debe estar muy consciente de sus posibilidades y de los recursos de tiempo y materiales con que cuenta.

Luego hay que precisar con claridad cada uno de los objetivos, identificar las fuentes a las que debe consultar, tanto vivas como documentales, y también de lugar, para asegurar las respuestas que se persiguen; y finalmente, elaborar un cronograma de trabajo racional que guíe la investigación dentro de un período de tiempo prudencial y no más allá del mismo, y que incluya un monitoreo y control sobre el mismo.

En la planificación del reportaje debe haber una investigación con fuentes documentales para saber lo más importante que se haya publicado sobre el tema, lo que podría proveer información relevante que determine, por ejemplo, pistas a seguir, y fuentes vivas a consultar.

Procesar de inmediato la información

En el hipotético caso de que, aunque se hayan tomado todas las previsiones posibles, y aunque al inicio se haya contado con evidencias fuertes, al final de la investigación no se comprobara la hipótesis de la que se partió, el periodista debe tener la honestidad de admitir que se equivocó, y renunciar a publicar el reportaje, porque de lo contrario, sería una grave falta a la ética profesional.

Debido a que en el trabajo de investigación el periodista manejará una gran cantidad de información, hay que procesar en caliente las entrevistas que vaya realizando, es decir, inmediatamente después que se efectúen, no sólo para completar aquellas ideas inconclusas, sino también para ordenar los contenidos, identificar lo más importante, jerarquizarlos y hasta hacer un resumen de los mismos, incorporando a la investigación los elementos novedosos o contradictorios que vayan surgiendo.

Es recomendable también elaborar un perfil de los personajes involucrados en el asunto investigado y hacer una especie de mapa de los principales aspectos que vayan surgiendo, para tener una vista panorámica y con ello asegurar un mayor control del periodista sobre la marcha de la investigación.

Sobre todo en la investigación de temas que otros tratan de ocultar, debe haber una permanente comunicación entre el periodista y su editor, porque éste, generalmente de mayor experiencia y con muchos contactos, podría no sólo facilitar el acceso a fuentes de información, sino también orientar pasos o caminos que el reportero no había previsto.

Redacción

Antes de redactar el reportaje, el periodista debe tener un esquema del mismo, comenzando con elementos noticiosos si los hubiera, o de otro tipo, pero, en todo caso, iniciando la historia en asociación con una persona, porque al humanizar su relato, obtiene una mayor atención de parte de

los lectores.

En dependencia de la complejidad del tema y de la información obtenida, el reportaje puede tener una gran extensión, incluso publicarse en varias entregas de hasta una página completa del diario, con abundante acompañamiento gráfico. Algunos diarios suelen crear una viñeta especial para identificar el reportaje que van a servir a sus audiencias, especialmente cuando se publicará en varias partes.

Conviene que al redactar el reportaje se intercalen datos fríos con narraciones intensamente emotivas, así como alternar técnicas literarias, por ejemplo, la narración de una escena, luego un diálogo, después una descripción, y así sucesivamente, para crear dinamismo en la historia y mantener la atención de los lectores.

El reportaje requiere de la crónica, por lo que el redactor puede hacer un estallido de sus emociones y darle un toque personal al escrito, sobre todo en la interpretación de los hechos, tratando de crear imágenes con palabras, usando técnicas literarias, como la escena por escena, el punto de vista, el diálogo, la narración y la descripción.

Acompañamiento gráfico de un reportaje

El acompañamiento gráfico de un reportaje, es un término periodístico que tiene como objetivo informar de manera diferente, por medio de dibujos, gráficos, esquemas, estadísticas y representaciones. Por lo tanto, es un medio de comunicación que llega al receptor de forma visual.

Uno de los acompañamientos gráficos en el reportaje es la infografía: una representación más visual que la propia de los textos, en la que intervienen descripciones, narraciones o interpretaciones, presentadas de manera gráfica normalmente figurativa, que pueden o no coincidir con grafismos abstractos y/o sonidos.

Debido a que usualmente los reportajes son portadores de historias controversiales, el periodista debe prever las reacciones que su escrito pueda provocar, por ejemplo, la posibilidad de que los afectados traten de negar las aseveraciones de su escrito e incluso de acusar al periodista para desprestigiarlo y mermar la credibilidad de lo que publicó. El autor del reportaje debe contar en todo momento con el respaldo del medio de comunicación.

El periodista debe atender con seriedad y responsabilidad las reacciones que provoque la publicación de su reportaje, y darle seguimiento, porque las consecuencias lo nutrirán de elementos diferentes que pueden abrir nuevas rutas de investigación, y darle continuidad a la historia.

Tipos de reportajes

Para Grijelmo (2001, p. 67) los tipos de reportajes son:

- De interés humano: normalmente centrados en una persona o en una colectividad.
- Interés social: en lo que afecte al funcionamiento de los servicios o a la cultura de una comunidad.
- Interés noticioso: relacionado con un hecho concreto, ya sea ocurrido en el día anteriores.

- Opiniones: basado en consideraciones que un hecho merezca a determinadas personas.
- Interés didáctico: se explica cómo funciona o cuál es el origen de determinado asunto o cosa.
- Perfil: no es preciso conversar con el protagonista ni centrar la información en sus declaraciones, sino, en las declaraciones de terceras personas que opinan de él.

Marín y Leñero (1986, p. 189) clasifican a los reportajes en:

- Demostrativo: prueba una tesis, investiga un suceso, explica un problema.
- Descriptivo: retrata situaciones, personajes, lugares o cosas.
- Narrativo: relata un suceso; hace la historia de un acontecimiento.
- Instructivo: divulga un conocimiento científico o técnico ayuda a los lectores a resolver problemas cotidianos.
- De entretenimiento: sirve principalmente para hacer pasar un rato divertido al lector, para entretenerlo.

Una clasificación general de los tipos de reportajes, sería la siguiente:

- Científicos: este tipo de reportaje destaca los avances y descubrimientos científicos más recientes. Interpreta los términos científicos haciéndolos entendibles para receptores de todo nivel cultural. Los reportajes médicos, ecológicos, astronómicos, bioéticos, etc.
- Explicativo: se presta a ahondar en hechos de trascendencia entre la opinión pública, tiene un fondo predominantemente noticioso, pero detalla las causas y efectos de la noticia o serie de eventos noticiosos.
- De interés humano: es a quéel que está centrado en una persona o en una colectividad, dando relevancia a su vida o a un aspecto de su vida.
- Libre: presenta una estructura a elección, y menos extenso que los otros.
- Formal: es similar a la noticia, el periodista no incluye opiniones personales, tiene un lenguaje un poco más amplio que el de la noticia y tiene secuencias narrativas las cuales tienen un orden cronológico (antes-durante-después).

Tipos de entrada en un reportaje

En cuanto al tipo de entrada en un reportaje, Marín y Leñero (1986, pp. 196-199) destacan:

- Entrada noticiosa, sintética o de panorama: ofrece un resumen del asunto, una visión panorámica del tema que se va a tratar.
- Entrada descriptiva: pinta el escenario donde se desarrollara el reportaje, o describe la atmósfera, el ambiente entorno al objeto del reportaje.
- Entrada histórica o narrativa: empieza narrando los sucesos en un plan de secuencia temporal.
- Entrada contrastada: presenta elementos de comparación o contrastes.
- Entrada analógica: presenta también elementos de comparación o contrastes pero utilizando figuras literarias.

Otros tipos de entrada que definen Marín y Leñero (1986, pp. 200-201, p. 212) son:

- De imágenes o metáfora: presenta también elementos de comparación o contrastes, utilizando figuras literarias: imágenes o metáfora.
- De definición: comienza dando una definición de uno de los elementos principales del reportaje.
- De juicio: hace consideraciones críticas o presenta claramente juicios y opiniones de periodistas sobre el asunto a tratar, a manera de artículo.
- De detalle: parte de un pequeño elemento, como "gancho", para tratar de ganar la atención y curiosidad de los lectores.
- Coloquial: el periodista parece entablar un diálogo con el lector, para hacerle sentir que el trabajo que presenta fue elaborado para el lector.
- Con cita: incluye una declaración central de uno de los personajes entrevistados para el reportaje. Tiene cierta semejanza con la entrada de una entrevista informativa.

Tipos de salida de un reportaje

Marín y Leñero (1986, pp. 216-218) clasifican los tipos de salida de un reportaje como:

- Salida de retorno: se finaliza con el mismo elemento de entrada.
- Salida de conclusión: característica de los reportajes demostrativos en los que, además de exponer las opiniones y los datos que conforman el problema, el periodista sintetiza las conclusiones lógicas.
- Salida de sugerencia o llamamiento: en la que aconseja o le sugiere a los lectores o a un determinado sector asumir una posición ante lo expuesto.
- Salida rotunda: es la que concluye con una o más frases, que de manera sintética y rotunda reflejan el sentido de todo el reportaje. Puede lograrse en la combinación de elementos objetivos y de la conclusión del propio periodista.
- Salida de detalle: es semejante a la entrada de detalle. La salida de este tipo concluye el reportaje con una anécdota, con una pequeña escena.

Otros tipos de salida de un reportaje son:

- Conclusión: el reportero toma la responsabilidad de resumir.
- Sugerencia: se aconseja o se propone a los lectores asumir una posición ante lo expuesto.
- Rotundo: se cierra con una frase de manera definitiva.

En la titulación del reportaje prevalecen los de tipo informativo. No siempre es necesario titular con una frase sugestiva, a veces, el nombre de una persona, de una ciudad o de un planeta son suficientes como títulos. El título del reportaje debe competir en las páginas del periódico con los encabezados de las noticias. Éstos juegan con la ventaja de que responden a hechos inmediatos, acontecimientos sorprendentes e interesantes. Dice Grijelmo (2001, p. 471), "Un buen título de reportaje no supera las seis o siete palabras".

Esta diversidad de planteamientos de autores muy conocidos, conforman el referente teórico para la elaboración de esta investigación sobre el reportaje.

4.1. Metodología de la investigación

Objetivos generales

1. Determinar si los reportajes publicados entre enero y abril de 2010 por los diarios LP y END, se ajustan al precepto teórico de que deben contener todos los géneros periodísticos: nota informativa, entrevista, crónica y opinión.
2. Precisar la cantidad de fuentes vivas y clasificarlas (públicas, privadas, ONGs, organismos internacionales, iglesias, individuales, anónimas, por sexo, etc.) así como de fuentes documentales, que utilizan los reportajes publicados en LP y END.
3. Cuantificar el acompañamiento gráfico (fotografías, recuadros, tablas, infografías y otros gráficos) que tienen los reportajes que publican LP y END.

Objetivos específicos

1. Medir en pulgadas columnares y en cuartillas periodísticas, la extensión y el columnaje de los reportajes de LP y END.
2. Identificar el tipo, temas que abordan y enfoques de los reportajes que publican los diarios LP y END.
3. Precisar los tipos de entrada y de salida que se utilizan en los reportajes que publican LP y END.
4. Determinar los ámbitos político-administrativo y geográfico de los reportajes que publica LP y END.

4.2. Marco teórico

El referente general para esta investigación es la teoría sobre los titulares. El marco teórico se construyó principalmente a partir de Nadal (2007) y los autores citados por él: Alarcos Llorach, Genette, Halliday, Dijk, Casado, y Silvia Hurtado González, quien a su vez cita a Antonio López Hidalgo, y Elena Méndez García de Paredes-, así como Gonzalo Martín Vivaldi, Alex Grijelmo, y Vicente Leñero y Carlos Marín, cuyos planteamientos básicos determinaron los objetivos que se definieron.

Los elementos esenciales de este referencial teórico están relacionados con que lo más importante del texto periodístico son los titulares dadas sus funciones de identificar, situar, valorar y conferirle relieve a la noticia, destacando especialmente un aspecto del contenido de la noticia, siempre con un sustrato ideológico relacionado con la política editorial del medio. La misión fundamental del titular debe ser expresar la noticia por sí mismo, aunque se toma en cuenta el rol complementario de antetítulos y asteriscos, así como el papel del contexto.

Igualmente se utiliza la teoría sobre el uso de verbos, el modo y tiempo; la adjetivación y sus efectos, así como la sustantivación de verbos y adjetivos; los tipos de titulares y sus diferentes clasificaciones; la brevedad de los títulos y las técnicas que utilizan los editores para ahorrar palabras; entre otros aspectos, expuestos principalmente por Alarcos Llorach, Genette, Halliday, Dijk, Casado, y

Silvia Hurtado González, por medio de Nadal (2007).

4.3. Definición del universo y de la muestra

El diseño de la investigación contempla que, dado que los reportajes no se publican con mucha frecuencia por su complejidad y dificultad para realizarlos, la muestra será igual al universo, es decir, todos los reportajes que se hayan publicado en los diarios LP y END entre enero y abril de 2010, tanto los iniciados en primera página como en otras. Se revisaron unos 240 diarios.

Fueron seleccionados como parte de la muestra todos aquellos materiales que ambos diarios presentaron como reportajes, unas veces como “especial” y “reportaje”; y otras como “reportaje especial” o “varias entregas”. También se seleccionaron trabajos no rotulados, pero que por su larga extensión, acompañamiento gráfico y cantidad múltiple de fuentes, podrían denotar que se trata de reportajes periodísticos.

Fueron excluidos de la muestra varios materiales periodísticos que por su extensión o acompañamiento gráfico, parecían reportajes, pero que tenían muy pocas fuentes –menos de cuatro–; trabajos de investigación de tipo monográfico realizados por especialistas que no pertenecen a la plantilla laboral de los diarios; y reportajes producidos en el exterior por otros medios de comunicación.

Definición de las variables

Se formularon 34 preguntas, cada una de las cuales se elaboró a partir de los objetivos. Casi todas las preguntas son de orden cerrado con una codificación previa, así que sólo algunas tuvieron que ser codificadas después del trabajo de campo.

Elaboración y aplicación de una hoja extractora de datos o cuestionario

El cuestionario se convirtió en una hoja extractora de datos que guió el trabajo de campo, pues se aplicó a reportajes identificados en el período seleccionado. Este instrumento de recolección de información fue sometido a pruebas mediante un trabajo piloto con varios reportajes de los diarios, lo que sirvió para detectar algunos vacíos y para validar la hoja extractora de datos en lo general.

Fueron reproducidas tantas hojas extractoras de datos como indica la muestra, de modo que cada reportaje tuvo la suya para ser llenada minuciosamente, lo cual demandó una lectura detenida de cada título y de todo el contenido, y, en algunos casos, de hasta tres o cuatro entregas, en busca de respuestas a las variables.

Revisión de los cuestionarios u hojas extractoras llenadas

Tras la extracción de la información de cada titular de la muestra, se procedió a la revisión de cada documento para buscar inconsistencias o vacíos y subsanarlos.

Codificación de las hojas

Luego de revisar las hojas y de subsanar las inconsistencias identificadas, se procedió a la codificación de las respuestas a las preguntas abiertas o de las respuestas a los “Otros”, que aparece al final de las opciones para las interrogantes cerradas. El objetivo es que todas las respuestas en

palabras, quedaran con su respectiva numeración.

Procesamiento en SPSS

Fue elaborado el programa de procesamiento, insertando las variables y sus opciones de respuesta codificadas, en el sistema de procesamiento automático de datos, conocido como SPSS. Finalizada la codificación, se procedió a elaborar la base de datos digitalizando los números correspondientes a las respuestas, en total, un poco más de ocho mil datos. Después se revisó exhaustivamente la base de datos para corregir errores de digitación y de cualquier tipo.

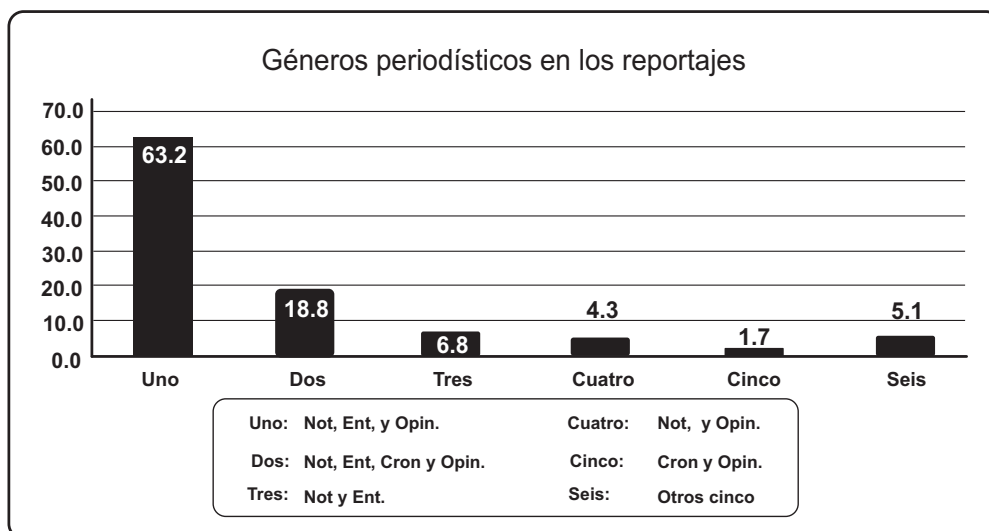
4.4. Hallazgos más relevantes

1. Reportajes: en los dos diarios estudiados, se identificaron 118 reportajes publicados entre los meses de enero y abril 2010, de los cuales el 53.4% corresponde a LP y 46.6% a END. Tal cantidad de reportajes indica que este tipo especial de material periodístico es publicado a un promedio de cada cuatro días.

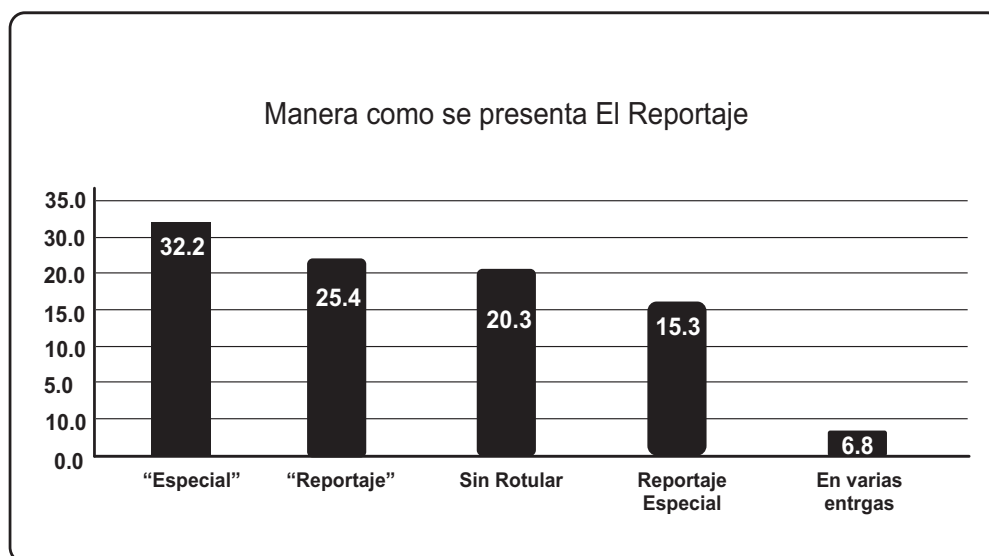
El 49.2% de los reportajes fueron publicados en el primer cuerpo de los diarios; el 25.4%, en el suplemento Domingo; y el 12.7%, en el segundo cuerpo. El 12.7% arrancó en portada.

2. Géneros periodísticos: sólo el 18.8% de los reportajes contiene los cuatro géneros periodísticos (nota informativa, entrevista, crónica y opinión); el 63.2% tienen tres géneros: nota informativa, entrevista y opinión. Aquí se considera la entrevista no sólo como género periodístico, es decir, como un formato específico para presentar información, sino también como método de conseguir información. Si se tomara en cuenta la entrevista sólo en sentido del formato interpretativo o de preguntas y respuestas, dos tercios de los materiales periodísticos presentados por los diarios como reportajes, sólo serían un híbrido de dos géneros periodísticos: nota informativa y opinión.

Otros resultados obtenidos son: el 6.8% de los reportajes tienen sólo nota informativa y entrevista; el 4.3%, nota informativa y opinión; y el 1.7%, crónica y opinión. El 5.1% restante lo componen seis categorías, con 0.9% cada una: crónica; entrevista y crónica; entrevista y opinión; nota informativa, entrevista y crónica; nota informativa, crónica y opinión; y entrevista, crónica y opinión.



Los materiales de periódicos examinados en esta investigación como reportajes son aquellos que ambos diarios presentaron como tales, unas veces como “especial” (32.2%) y “reportaje” (25.4%); y otras como “reportaje especial” (15.3%) o “varias entregas” (6.8%). Sólo el 20.3% no tenía ninguna rotulación particular, pero fueron seleccionados por su extensión, acompañamiento gráfico y cantidad de fuentes, aspectos que podrían denotar que se trata de un reportaje periodístico.



3. Nombre y apellido del autor: Aunque 53 periodistas de ambos diarios escribieron los 118 “reportajes” identificados, el 44.1% de estos materiales periodísticos fueron elaborados por nueve periodistas, principalmente por Érika Gertsh Romero (8.5%), Amalia Morales (7.6%) y Franziska Engelhardt (5.1%), sumando las tres 21.2%. Los otros autores son, Wilder Pérez, Arlen Cerda y Rafael Lara, con 4.2%, cada uno; y les siguen, Martha Solano Martínez, Elba Cristina Parrales y Amparo Aguilera, con 3.4%, respectivamente. El restante 55.9% de los reportajes fue escrito por 44 periodistas.

4. Fuentes: El promedio de fuentes vivas por reportaje es 4.6. No obstante, en la mitad se utilizan menos fuentes que el promedio. Hay materiales presentados como reportajes que sólo tienen una fuente (6.8%); e incluso algunos que no tienen ninguna fuente viva (el 5.1%). Por su naturaleza compleja e integral, el reportaje requiere de muchas fuentes para su elaboración.

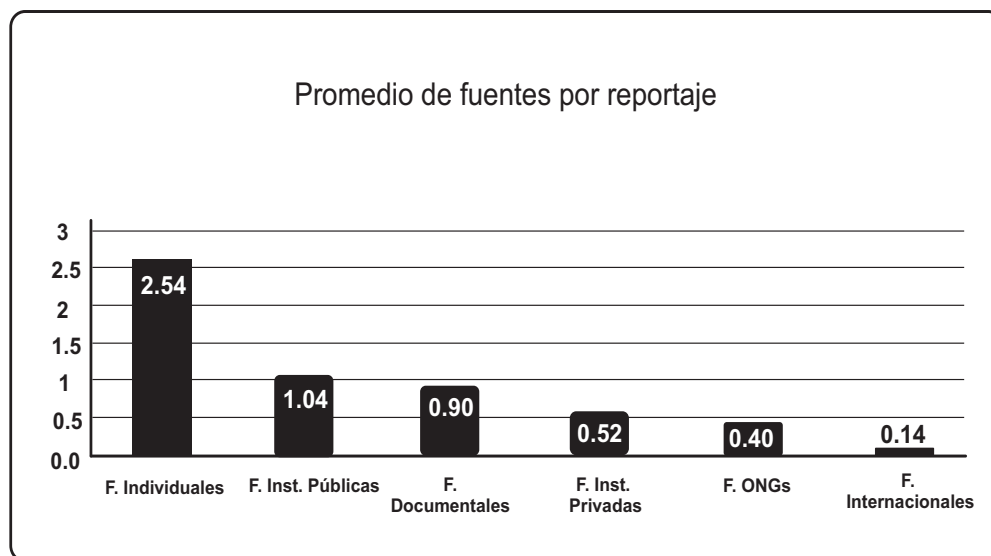
Además, menos de la mitad de los reportajes (46.4%) tiene al menos una fuente documental. El promedio de este tipo de fuentes por reportaje, es de 0.9. Todo reportaje requiere, para su planificación, de una investigación documental. Ambos diarios no suelen utilizar fuentes de lugar.

Casi cada cuatro de diez reportajes (39.8%) tiene al menos una fuente no identificada, las cuales no inspiran credibilidad en el contenido informativo que se les atribuye, por lo que su uso implica una debilidad en los reportajes. Una parte puede reflejar las dificultades que tienen los diarios para obtener fuentes oficiales, debido a una política de secretismo de parte del gobierno y a las pésimas relaciones que tiene con estos medios de comunicación.

En cuanto al sexo, hay un profundo desbalance entre fuentes masculinas y femeninas, pues las primeras (65.94%) casi duplican a las femeninas (34.06%) en los reportajes. Cuatro de cada diez reportajes no tiene ninguna fuente femenina; mientras que uno de cada diez reportajes no tiene

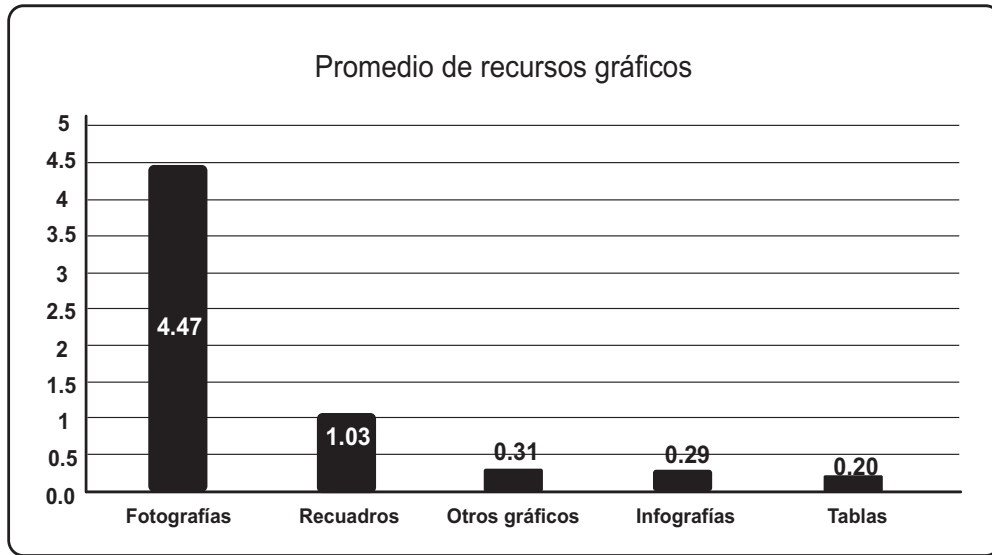
ninguna fuente masculina.

El 50.8% de los reportajes presenta fuentes de instituciones públicas, con un promedio general de 1.04 de fuentes de este tipo por reportaje. El 27.1% tiene más de una fuente pública, pero sólo el 5.1% tiene cuatro fuentes y el 2.5%, cinco. El 4.2% tiene tres. El 28% de los reportajes tiene fuentes de instituciones privadas. El promedio de fuentes de este tipo por reportaje es de 0.52. El 18.6% de los reportajes tiene fuentes de ONG. El promedio de fuentes de este tipo por reportaje es de 0.4. Se utiliza un promedio general de 0.14 fuentes internacionales por reportaje. Sólo el 6.8% de los reportajes tiene alguna fuente internacional.

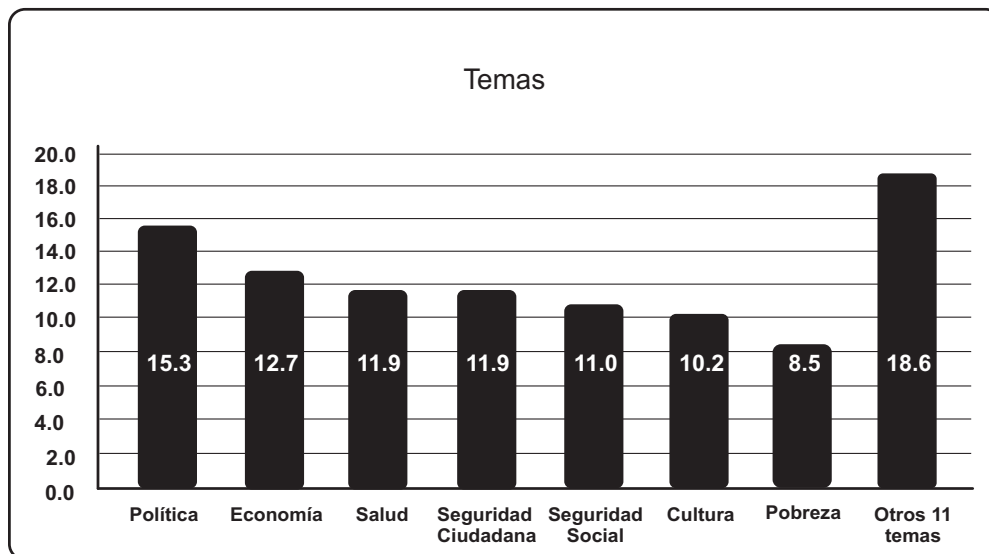


El promedio de fuentes individuales por reportaje es de 2.54, pero casi el 56% tiene menos fuentes de este tipo, incluso el 18.6% de estos materiales no tiene ninguna fuente individual; el 20.3% sólo tiene una fuente; y el 16.9% tiene dos fuentes. Sólo el 9.3% de los materiales tiene seis fuentes individuales o más.

5. Fotografías, recuadros, tablas, infografías y otros gráficos: el promedio de elementos gráficos que acompañan a cada reportaje es de 6.3, no obstante, casi siete de cada diez tiene menos gráficos que el promedio. El promedio de fotografías es de 4.5 por reportaje, aunque dos tercios de estos materiales periodísticos especiales tuvieron menos fotos que el promedio general. Un poco más de un recuadro por reportaje publicaron los diarios, como promedio general. La mitad de los reportajes tuvo al menos un recuadro. Sólo el 8.5% de los reportajes fue acompañado por al menos alguna tabla y la sexta parte de los reportajes tiene al menos una infografía. El 14.4% de los reportajes está acompañado de otro tipo de gráficos como: dibujos, fotocopias, planos, etcétera.



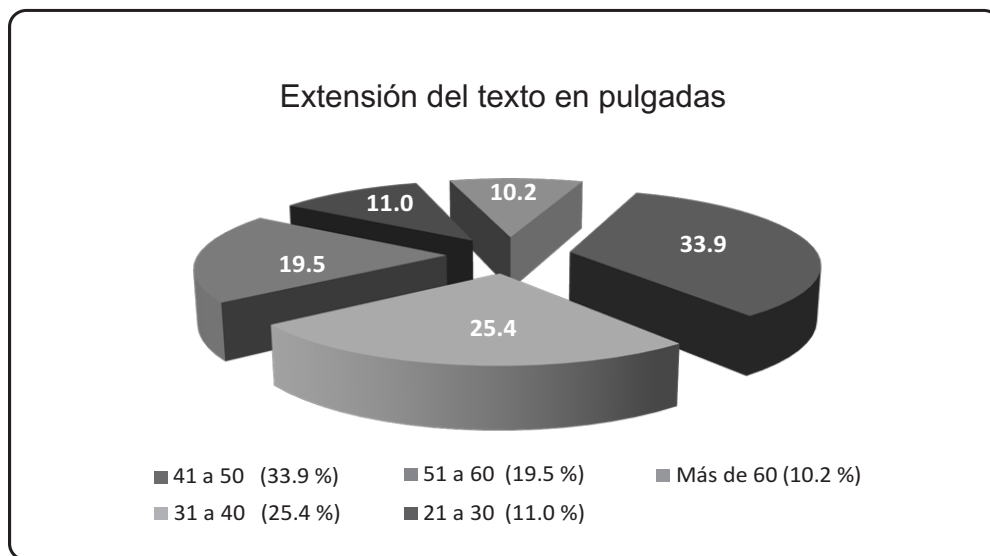
6. Temas y extensión: cuatro de 18 temas concentran cada siete de diez reportajes, siendo el más importante, el de la política (15.3%), presente en casi la sexta parte de los reportajes, y con un poco menos, economía (12.7%), salud, seguridad ciudadana (11.9%), seguridad social (11%) y cultura (10.2%). El restante 27.1% se divide entre catorce temas encabezados por Pobreza (8,5%), y seguido por cuatro más que tienen 2.5% cada uno: educación, juventud, religión y medio ambiente. Otros temas como deportes, terremoto y migración (1.7% cada uno); y, finalmente, turismo, corrupción, corrupción de menores y violencia sexual, 0.8% respectivamente. El tema política está a la cabeza, por mucho respecto a los otros tres temas líderes. Por otro lado, se aprecia una diversidad de temas.



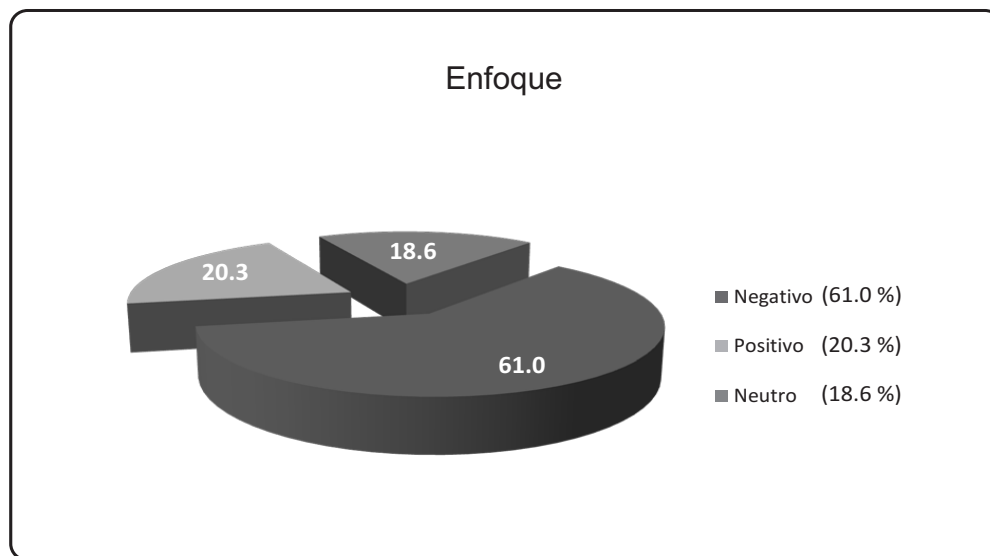
En cuanto a su extensión, el promedio es de 48.1 pulgadas. Uno de cada cuatro reportajes tienen una extensión igual o mayor a 48 pulgadas. Este segmento tiene un promedio de 62.5 pulgadas.

Casi el 80% de los reportajes fueron publicados a los máximos columnajes de los diarios: seis, cinco y cuatro columnas. El 24.1% de los reportajes fueron publicados a seis columnas; a cinco (36.2%);

a cuatro, (19.0%), a tres, (11.2%); a dos (7.8%); y a una (1.7%).



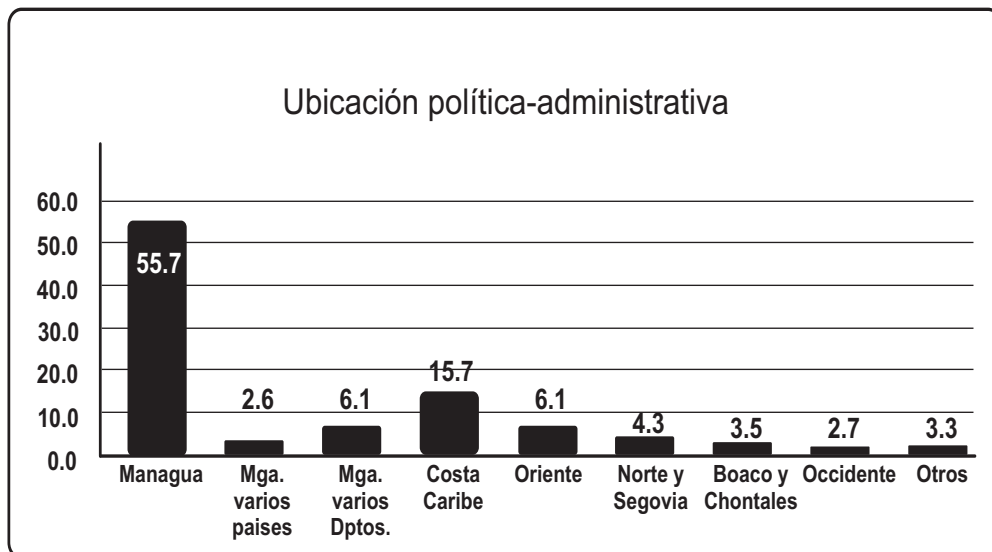
7. Enfoque: Seis de cada diez reportajes tienen un enfoque negativo; sólo la quinta parte lo tiene positivo. El 18% tiene un enfoque neutro. Los reportajes siguen la tendencia de la nota informativa, en el sentido de que la mala noticia es lo más atractivo para las audiencias. No se trata de que los diarios impriman negatividad a su historia, sino que se refieren principalmente a situaciones negativas.



8. Tipos de entrada y salida del reportaje: el 87.1% de los reportajes tiene tres tipos de entrada: la interpretativa (44.8%); la descriptiva (25.0%) y la noticiosa (17.2%). La primera contiene elementos analíticos y suele ofrecer un resumen sustancial; la segunda pinta el escenario donde se desarrolla el reportaje o describe la atmósfera o el ambiente donde se desarrolla el reportaje; y la tercera se caracteriza por destacar un aspecto novedoso. Otros tipos de entrada que se aprecian en los reportajes son: de datos múltiples (6.9%); histórica (2.6%); cita directa (2.6%) y de contraste (0.9%).

El 96.5% de los reportajes tiene alguno de los siguientes cuatro tipos de salida: de retorno círculo cerrado- (33.0%); de cita directa (25.2%); de llamamiento o sugerencia (2.5); y de detalle (14.8%). El primero finaliza con el mismo elemento con el que inicia; el segundo, se apoya en citas textuales; el tercero aconseja o sugiere a las audiencias; y el cuarto, describe o narra algún aspecto. Otro tipo de salida es la rotunda (2.6%), que es una frase categórica.

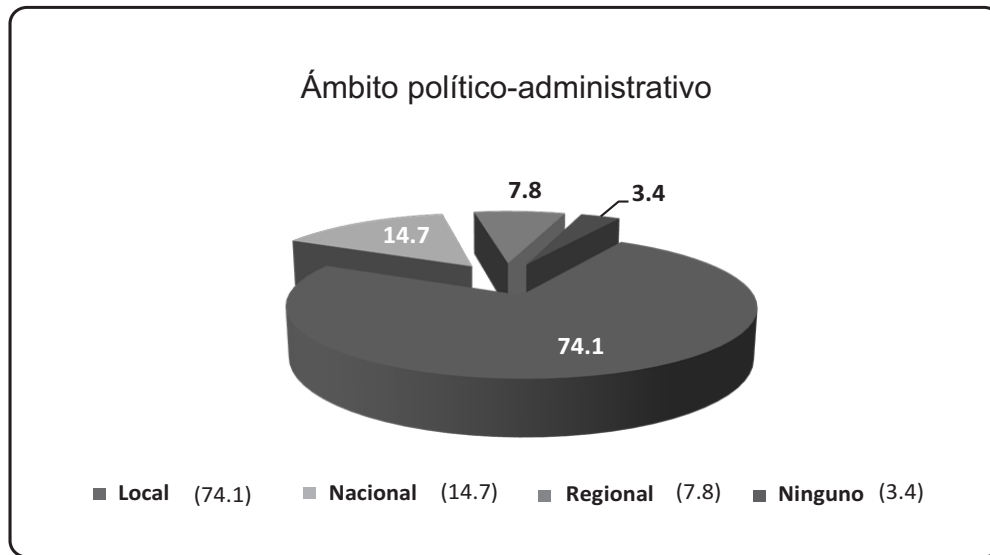
9. Ámbito político-administrativo y geográfico: seis de cada diez reportajes (55.7%) tratan sobre algo que ocurre en el departamento de Managua y, en particular, la capital. La quinta parte de los reportajes ocurren en la Costa Caribe. Es importante que el 40% de los reportajes se sitúen en el resto del país, sobre todo la Costa Caribe. Cerca de 40 municipios, localidades y comarcas, generalmente ausentes en los medios de comunicación, aparecen en estos reportajes, además de cabeceras departamentales y ciudades conocidas. Entre estos sitios están los siguientes: Las Canoas, Totogalpa, Macuelizo, Teustepe, San Lorenzo, La Flor, San Jerónimo, Prinzapolka, Waspán, Ulwás, Walpasiksa, Waswalito, Rama Cay, Li Daukra, Cahca, Ninagari, Sandy Bay, Isla El Tigre, Potosí, Cosigüina, Belén, Kukra Hill, Mateare, San Francisco Libre, El Black, Rosita, Hato Grande, Ometepe, Jalapa, Santa Lucía, Laguna de Perlas, Corn Island, Teustepe, Totogalpa, El Cuá-Bocay, y El Bote.



El ámbito político-administrativo en que se desarrollan siete de cada diez reportajes es el local; el 14.7% es nacional; y el 7.8%, regional.

Además, siete de cada diez reportajes (71.8%) son en un ámbito urbano; un poco más de la quinta parte (23.1%) urbano - rural; y sólo el 5.1% rural. Hay una doble concentración de los reportajes: en Managua y en los sectores urbanos. El campo sigue siendo un área muy alejada para los diarios.

Los departamentos de Oriente (Masaya, Granada, Carazo y Rivas), tienen presencia en el 6.1% de los reportajes; los del Norte y Las Segovias, (Jinotega, Matagalpa, Madriz y Estelí) 4.3%, y llega al 6.0%, con reportajes en asociación con Managua. Boaco y Chontales aparecen en el 3.5% de los reportajes; y Occidente (León y Chinandega) en el 2.7%. La mirada de los diarios se concentra y se detiene en Managua, pero es importante que el 40% de los reportajes se sitúen en el resto del país, sobre todo en la Costa Caribe.



4.5. Conclusiones

1. La mayor parte de los trabajos periodísticos que los diarios presentan como reportajes adolecen de uno o más géneros periodísticos (nota informativa, entrevista, crónica y opinión), por lo que no cumplen con la condición de "género de géneros", es decir, que contengan los cuatro o al menos tres de ellos.
2. Los reportajes de los diarios requieren de un mayor número de fuentes, tanto vivas como documentales, y disminuir drásticamente el uso de las llamadas fuentes no identificadas.
3. Unos reportajes tienen muchísimo acompañamiento gráfico, pero no la mayor parte. El uso de fotografías, recuadros, tablas , infografías y otros elementos, no es proporcional en todos los reportajes.
4. Los reportajes presentan una diversidad de temas, pero la temática política continúa teniendo un peso mucho mayor, en detrimento de los demás temas o de nuevos temas.
5. Los diarios asignan suficiente espacio a los reportajes, sin embargo, no hay una estandarización, por lo que unos son demasiado extensos, y otros, breves.
6. Prevalece en los reportajes un enfoque negativo. La mayoría de ellos se refieren a asuntos que tienen una connotación negativa.
7. Es positiva la cantidad de reportajes que tratan sobre temas que ocurren fuera de Managua, aunque la capital siga concentrando la mayor parte de la atención. En el ámbito geográfico, los que reflejan el quehacer rural en realidad son marginales.

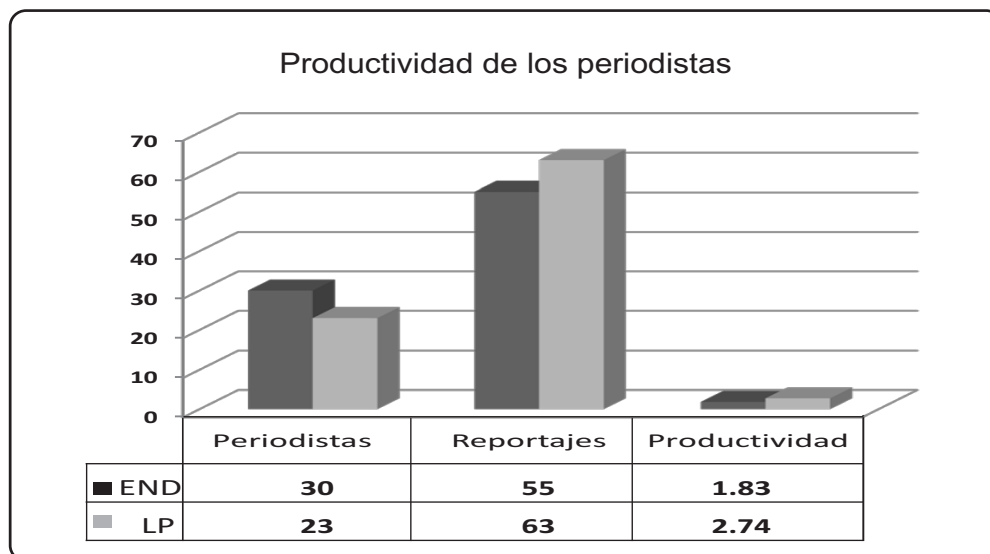
4.6. Recomendaciones

1. Recomendamos a los diarios no publicar como reportajes materiales periodísticos que no tengan los siguientes requisitos:

- Al menos tres géneros periodísticos (nota informativa, entrevista y crónica).
- Incluir al menos siete fuentes vivas y dos fuentes documentales, así como suprimir las llamadas "fuentes no identificadas".
- Alcanzar un balance en el acompañamiento gráfico de modo que todos los reportajes lo tengan.
- Disminuir el peso de la agenda política en los reportajes para darle más espacio a otros temas.
- Equilibrar los enfoques negativos y positivos, de modo que haya una proyección balanceada.
- Darle más espacio en los reportajes a los hechos que ocurren fuera de Managua, así como al ámbito rural.

4.7. Análisis comparativo entre El Nuevo Diario y La Prensa

1. El personal de LP tuvo una mejor productividad del trabajo periodístico al elaborar 2.74 reportajes por periodista, mientras que la relación en END es de 1.8. Los periodistas que más reportajes realizaron son los siguientes: por LP: Érika Gertsh Romero (15.9%); Amalia Morales (14.3%); Arlen Cerda y Wilder Pérez (7.9%, cada uno). Por END: Francisca Engelhardt (10.9%) ; Rafael Lara (9.1%) y Amparo Aguilera (7.3%).

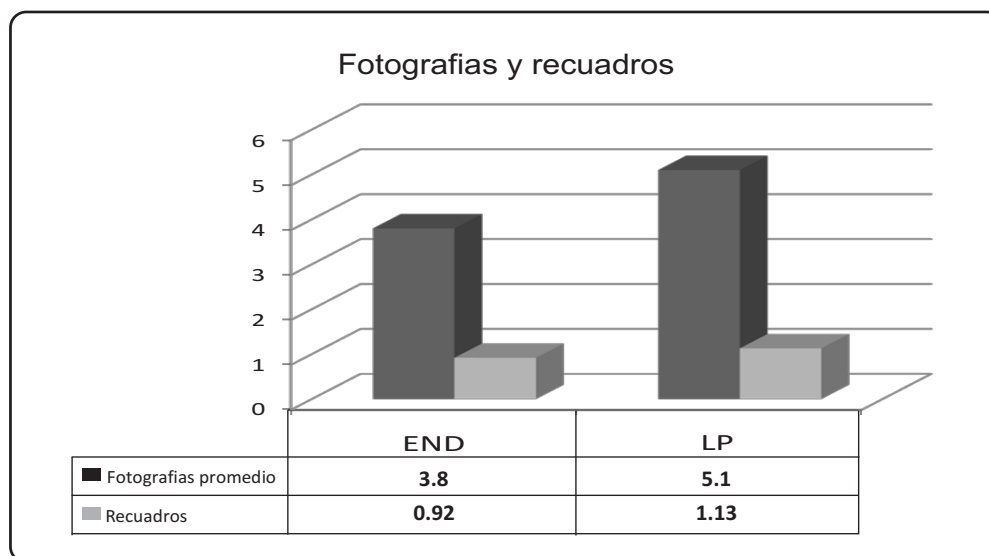


2. Mientras END publica el 60.0% de sus reportajes en el primer cuerpo del periódico, el 47.6% de los de LP aparecen en su suplemento "Domingo" y el 39.7% en el primer cuerpo o sección. El 12.7% de los reportajes de ambos diarios comenzaron en portada.

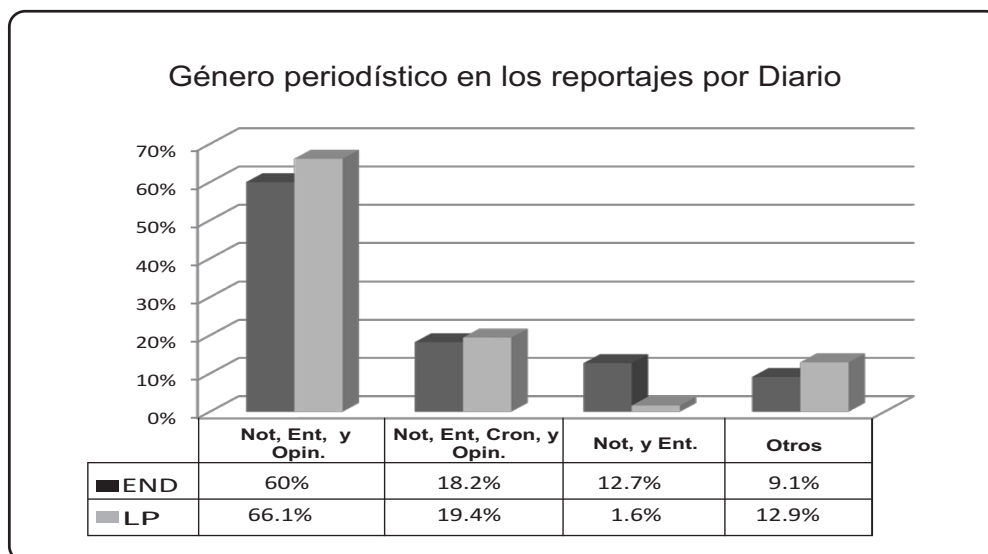
En su segunda sección, END publicó el 27.3% de sus reportajes, mientras que LP ninguno.

3. LP publica reportajes más extensos que END. El primero tiene un promedio aproximado de 44.7 pulgadas por reportaje, mientras que el segundo, 42.6.

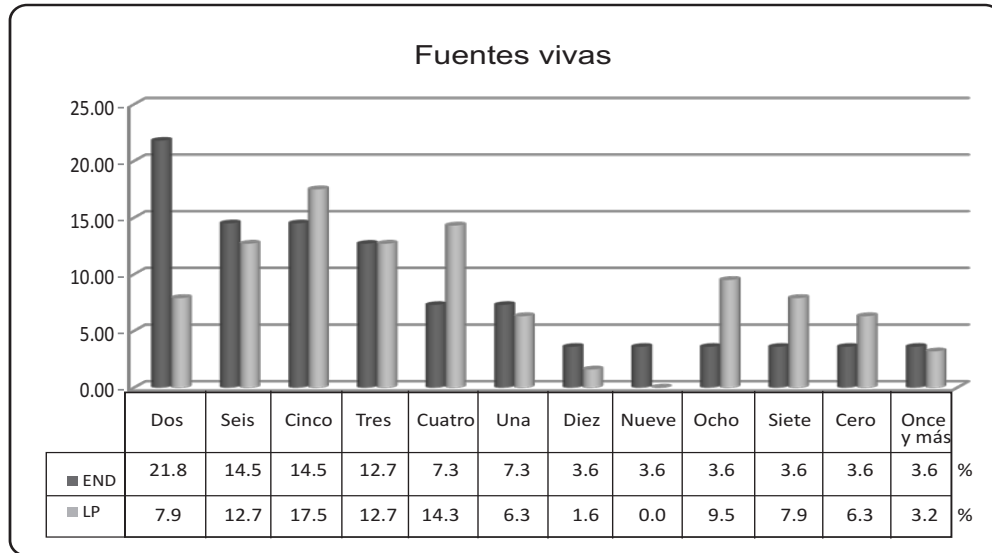
4. LP tiene un promedio de 5.1 fotografías por reportaje, mientras que END tiene 3.8. El promedio de LP se ve favorecido por la publicación de cantidades excepcionales de fotografías en algunos reportajes (13, 15, 16, 18 y hasta 24). END tiene menos fotos, pero mejor distribuidas. El promedio de gráficos (incluye fotos, recuadros, tablas, infografías, etc.) por reportaje de LP es de 7.5; y el de END, 4.9. El promedio de recuadros por reportaje es 1.13 para LP y 0.91 para END.



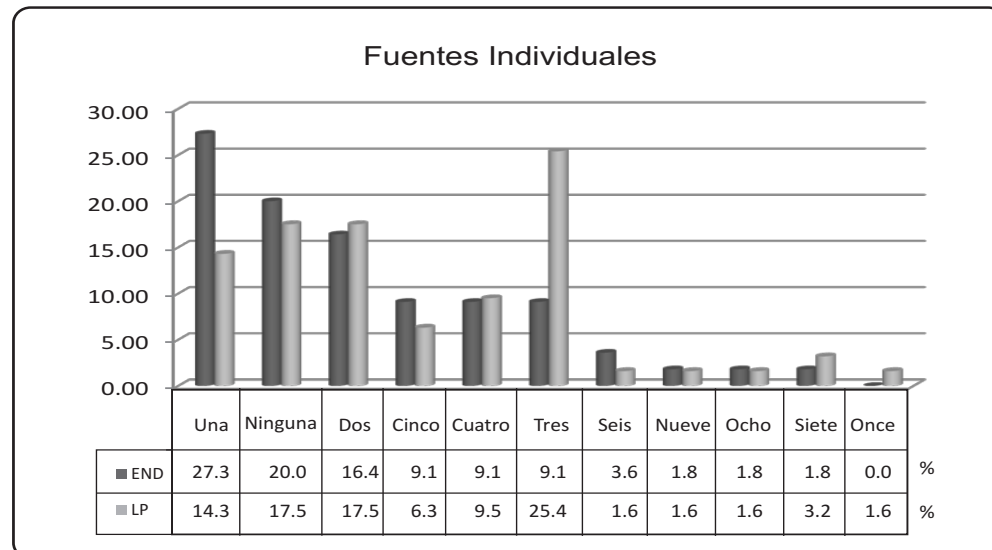
5. El 66.1% de los reportajes de LP y el 60.0% de END, no son completos en el sentido de que sólo tienen tres géneros periodísticos (nota informativa, entrevista y opinión); el 19.4% de LP y el 18.2% de END, tienen los cuatro géneros. En END, el 12.7% tiene dos géneros, nota informativa y entrevista, mientras que en LP sólo el 1.6%.



6. Del total de fuentes vivas usadas en ambos diarios, el 54.5% corresponde a LP y el 45.6% al END. El promedio de fuentes vivas por reportaje de LP es de 4.73 y de END, 4.55. LP está un poco mejor en el uso de fuentes, pero ambos por debajo de los requerimientos de este género periodístico.

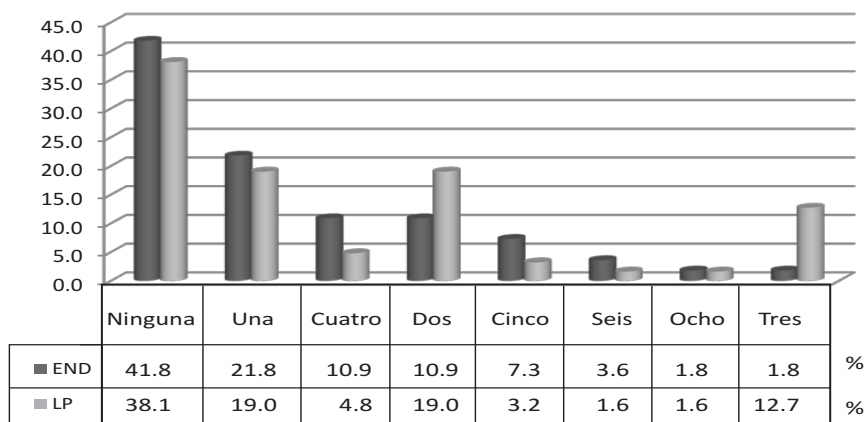


LP tiene un mayor promedio de fuentes individuales por reportaje (2.71), y END (2.35). LP tiene un mayor promedio de fuentes de instituciones privadas, 0.57 por reportaje, que END, 0.45. Aunque más reportajes de END tienen fuentes privadas, el mayor porcentaje de las fuentes está en LP. Hay un mayor uso de fuentes documentales de parte de LP: 1.03 contra 0.69, como promedio por reportaje. El promedio de fuentes no identificadas es de 0.78 para END y 0.68 para LP con ligera ventaja de END.

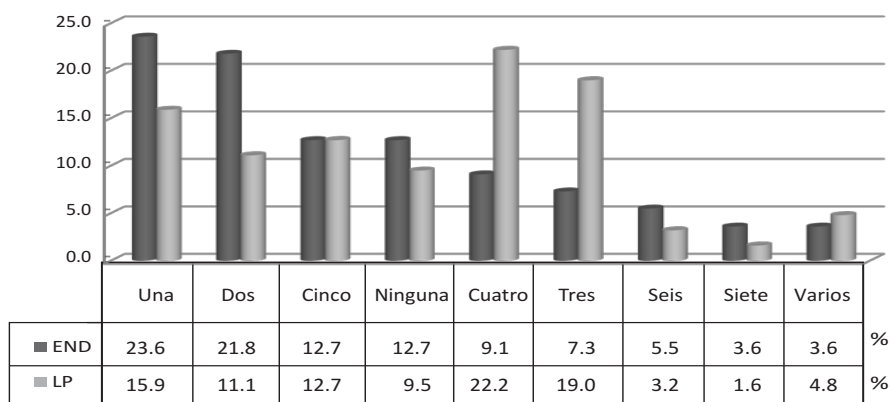


7. El promedio de fuentes femeninas por reportaje es de 1.7 para LP y 1.5 para END; mientras que el de las fuentes masculinas es 3.3 en LP y 2.9 en END, el doble que las femeninas. Ambos diarios están desbalanceados en el uso de estas fuentes.

Fuentes femeninas



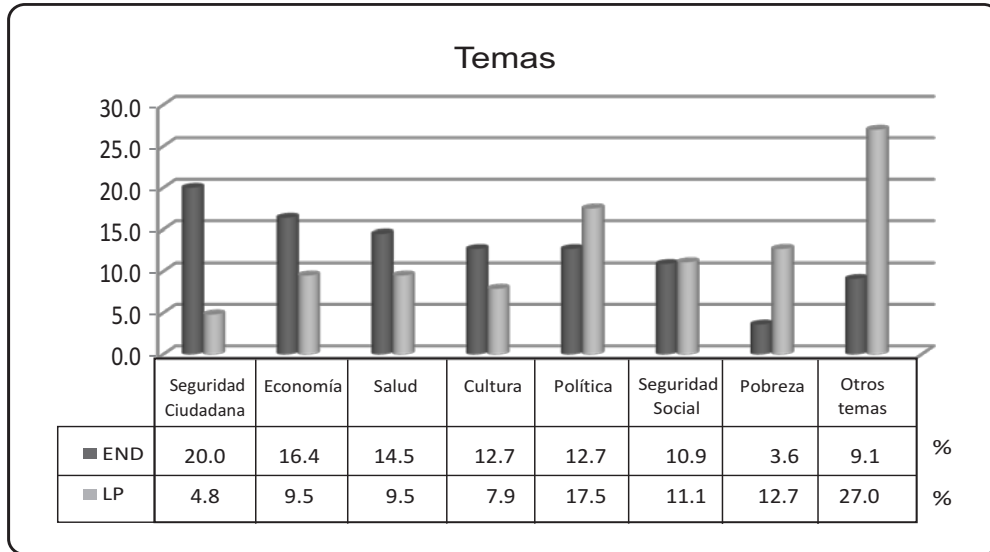
Fuentes masculinas



8. El 87.3% de los materiales periodísticos de LP fueron publicados bajo el rótulo de “reportaje” (47.6%); “reportaje especial” (28.6%), “especial” (4.8%) o publicados en “varias entregas” (6.3%). En END, el 70.9% está rotulado como “especial” (63.6%); o publicados en “varias entregas” (7.3%). El 29.1% no fue rotulado de manera particular en END y el 12.7% en LP. Los que no están rotulados tienen la apariencia de reportajes por su larga extensión, acompañamiento gráfico y cantidad de fuentes. En este caso, varios materiales periodísticos que cumplían con las dos primeras características, fueron desechados por tener menos de cuatro fuentes.

9. Hay más diversidad temática en los reportajes de LP (16) que en END (12), pero éste le da menos importancia al tema de la política (12.7%) que LP (17.5%).

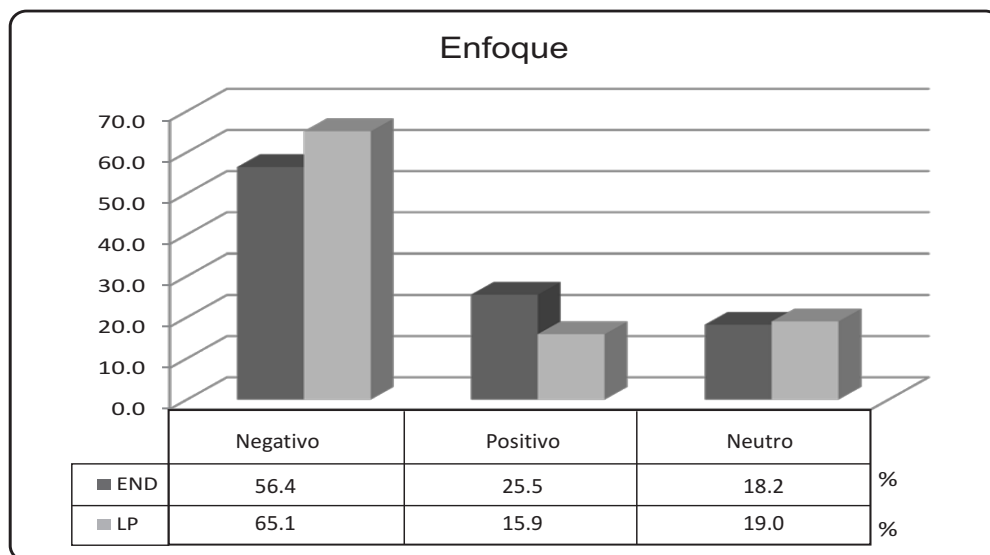
END aborda doce temas en sus reportajes y LP dieciséis. El primero concentra el 87.2% de sus reportajes en seis temas: seguridad ciudadana (20.0%), economía (16.4%), salud (14.5%), cultura (12.7%), política (12.7%) y seguridad social (10.9%). Otros seis temas (pobreza, violencia sexual, corrupción de menores, religión, juventud y educación), marcan 12.8%.



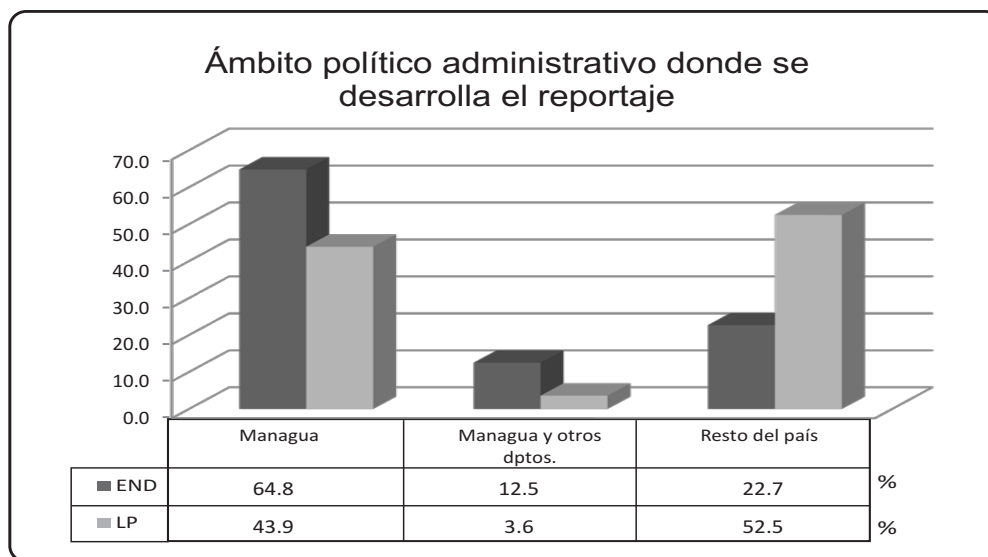
El 68.2% de los reportajes de LP se refieren a seis temas: política (17.5%), pobreza (12.7%), seguridad social (11.1%), salud (9.5%), economía (9.5%) y cultura (7.9%). El restante 31.8% de los reportajes se divide casi proporcionalmente entre otros diez temas: medio ambiente, seguridad ciudadana, migración, terremoto, deportes, religión, juventud, educación, corrupción y turismo.

En suma, END le da mayor atención a la seguridad ciudadana, la economía y la salud que LP.

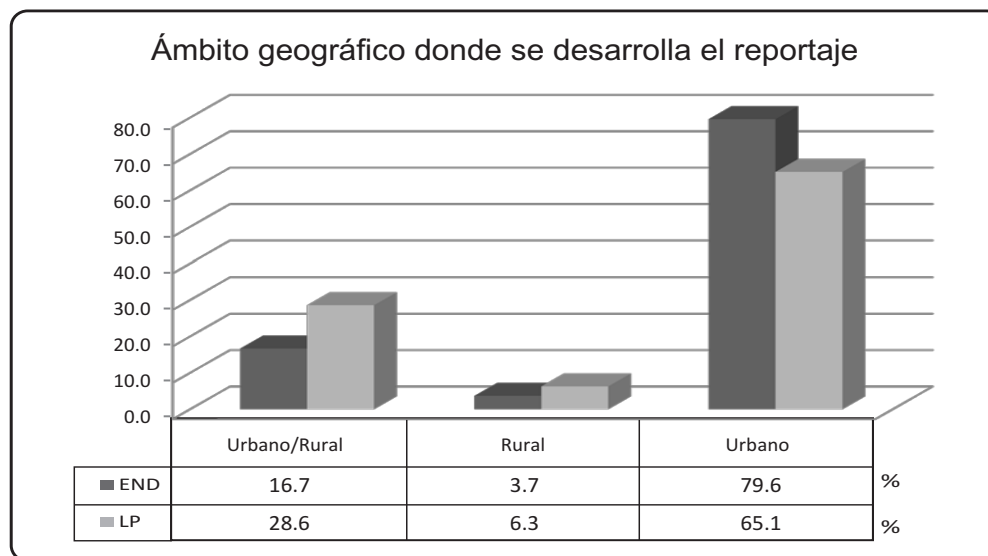
10. Prevalece el enfoque negativo en los reportajes de ambos diarios, más en LP (65.1%) que en END (56.4%).



11. Más de la mitad de los reportajes de LP se ubican fuera de Managua, y de los de END, sólo la tercera parte



El ámbito local prevalece en los reportajes de END (58.1%); así como en LP, pero en menor grado (58.1%), donde el nacional tiene 25.8% y el regional 9.7%. En END los reportajes de carácter regional son el 5.6% y nacional (1.9%). También LP trabaja un poco más los ámbitos rurales y urbano-rurales, que END.



12. El 87.3% de los materiales de LP tuvieron la mayor importancia en la página en que iniciaron, donde además fueron el único material presentado. En END fue el 87%. Otros, que no ocuparon toda la página, tienen la posición principal, en LP (4.8%) y en END (3.7%). En END el 1.9% de los reportajes fueron presentados en segundo lugar de importancia, y el mismo porcentaje, en el tercero, y en el quinto; y el 3.7% en el sexto.

En LP, el 1.6% salió en segunda posición, el 4.8%, en tercero, y el 1.6% en cuarto. Algunos de

estos reportajes que no tuvieron la primera posición en el orden de importancia, comenzaron en primera plana, y otros, aunque no iniciaron en portada, fueron anunciados en ella, el mismo día, o el día anterior.

El 85.2% de los reportajes de END fueron publicados a seis columnas (7.4%) y a cinco (77.8%); mientras que en LP, el 67.7% fueron publicados a los máximos espacios de seis columnas (38.7%) y cuatro (29.0%). Esto indica que ambos diarios le conceden una importancia de primer orden a la publicación de sus reportajes.

13. En ambos diarios prevalece el reportaje de tipo demostrativo, con 67.3% en END y 55.6% en LP. En LP, el 28.6% adicional de los reportajes son de tipo narrativo y descriptivo, con 14.3% cada uno. En END, el 9.1% son instructivos y el 7.3% cada uno, de entretenimiento, narrativo y descriptivo. El de entretenimiento marca en LP (4.8%), al igual que el detectivesco o policial, pero éste en END sólo tiene el 1.8%. LP tiene reportajes gráficos y científicos, con 1.6% cada uno.

14. En el 94.5% de los reportajes de END se identifican cuatro tipos de entradas: interpretativa (45.5%), noticiosa (21.8%), descriptiva (14.5%) y de datos múltiples (12.7%). En LP, tres tipos de entradas se encuentran en el 91.8% de los reportajes: interpretativa (44.3%), descriptiva (34.4%) y noticiosa (13.1%). En ambos diarios prevalece el tipo de entrada interpretativa. LP tiene más reportajes con tipos de entrada noticiosa y descriptiva, mientras en END hay más de entrada de datos múltiples.

En el 98.1% de los reportajes de END se identifican cuatro tipos de salidas: de cita directa y de llamamiento o sugerencia (28.3%, cada uno), de retorno o círculo cerrado (22.6%) y de detalle (18.9%). En LP los tipos de salida más frecuentes en los reportajes son los mismos cuatro (95.1%), con diferencias en el orden, siendo el tipo de salida más importante, el de retorno (41.9%), el de cita directa (22.6%), de llamamiento o sugerencia (19.4%) y el de detalle (11.3%). La diferencia principal está en que LP se utiliza mucho más la salida de retorno o círculo cerrado.

4.8. Entrevistas realizadas a editores y periodistas sobre el tema del género periodístico el reportaje

Como parte del marco teórico conceptual de esta investigación sobre el género periodístico del reportaje, incorporamos el punto de vista de los especialistas que están en los diarios. Ellos son los editores Fabián Medina, Douglas Carcache (LP), Francisco Chamorro (Director END) y Juan Ramón Huerta (END), y periodistas investigadores y escritores de reportajes como Carlos Salinas Maldonado, José Adán Silva y Luis Galeano, estos dos últimos de END. También invitamos a Amalia Morales, de Magazine, pero no respondió, como acordamos, un cuestionario enviado a su dirección electrónica. Estas entrevistas fueron efectuadas en noviembre de 2009 para una investigación sobre el reportaje que coordiné con un grupo de estudiantes de la UCA. Los temas que abordan estos experimentados funcionarios y escritores se detallan en los siguientes apartados:

1. Concepto e importancia del reportaje

Hace diez años el diario LP decidió adoptar una nueva política informativa con el objetivo de

promover en su sala de redacción la producción de reportajes de alta calidad y el uso más frecuente de la crónica, así como un mejor aprovechamiento de la entrevista, según el Editor de este periódico, Fabián Medina, quien subraya que esa directriz hizo posible que luego surgieran la revista *Magazine* y el suplemento dominical *Domingo*, los dos espacios para que, como él mismo dice, estas herramientas que están en el periodismo pudieran desarrollar su nuevo protagonismo.

Medina, quien dirige ambas publicaciones, plantea así la enorme importancia que el reportaje tiene para su periódico, que ha destinado dos equipos de periodistas, uno por cada una de las publicaciones mencionadas, ambas concebidas como parte del diario *La Prensa*, --como explica Carcache-- para que de manera casi exclusiva realicen trabajos especiales como reportajes, entrevistas y crónicas.

Nada de lo sucedido en LP, de esta envergadura, ha ocurrido en END, donde no existe una política específica en relación a la producción de reportajes, y más que la voluntad política de los directores de esta empresa, al respecto prevalecen más bien las iniciativas de los periodistas interesados en la investigación y la realización de reportajes.

Fabián Medina dice que existe una concepción muy arraigada en el periodismo nacional que considera que la extensión del material periodístico es lo que hace al reportaje, es decir, desde esta perspectiva se considera que una nota informativa ampliada es un reportaje, lo cual es equivocado, sostiene el Editor de *La Prensa*. Graficando el alto grado de compromiso con los géneros periodísticos, Medina refiere que “*En Domingo* tenemos un espacio que se llama crónica urbana, que es crónica, no es reportaje, no es entrevista, es crónica, y en *Domingo* ponemos reportajes, no usamos nota informativa, ya los periodistas saben que vamos buscando reportajes, igual en *Magazine*”.

El joven periodista Carlos Salinas Maldonado, uno de los principales investigadores periodísticos del país, autor de un intenso reportaje sobre los sobrevivientes del deslave en el volcán Casitas, finalista del Premio Iberoamericano de Periodismo, corrobora lo dicho por Medina y Carcache: “El hecho de que el periódico haya abierto dos secciones para la publicación de reportajes, el Suplemento *Domingo* y la revista *Magazine*, indica que hay bastante importancia para ofrecer a los lectores otro tipo de lecturas mas allá de notas informativas”. Salinas también considera que hay una tendencia mundial a invertir más en reportajes, porque el periodismo escrito está siendo amenazado por la influencia de la televisión e Internet.

Magazine y *Domingo* ha invertido bastante en darle más opciones de lectura a los lectores y esto da muchas oportunidades de hacer reportajes pero en la sección diaria de vez en cuando se hacen reportajes. Creo que la razón principal es el interés comercial, es decir mientras hayan diferentes opciones de lectura habrá mas lectores y eso aumenta las ventas del periódico. En LP se producen tres tipos de reportajes, pues los que se elaboran en la revista *Magazine* son distintos de los del suplemento *Domingo* y de los que produce el Departamento de Investigación del periódico, los cuales se publican cualquier día de la semana generalmente en el cuerpo principal del diario.

Al respecto, el Editor de LP explica: “Los reportajes de *Magazine* son diferentes a los reportajes de *Domingo* y los reportajes que hace la unidad de investigación son diferentes a los que se publican en *Domingo* y en *Magazine*, tiene que ver con la dinámica de planificación que tiene un tema. A veces nosotros tenemos un tema, bueno éste es más de investigación, y se lo

pasamos al departamento de investigación, tiene que ver con eso.

“En los reportajes de *Magazine* tocamos más el ámbito histórico, más lúdico, de entretenimiento, de reportajes que sean más de estilo narrativo, mientras que en *Domingo* tratamos más lo social, político, lo curioso y un poco el resumen de la semana, en los reportajes investigativos obviamente se desarrolla más el interés por conocer lo que se quiere ocultar”.

Para END el reportaje “Es de suma importancia porque presentamos la noticia mas detallada, tratamos el asunto a profundidad”, afirma su Director, Francisco Chamorro. Por su parte, uno de sus editores, Juan Ramón Huerta, sostiene: “Es muy importante porque es un género que “te permite abordar un tema a profundidad”.

No obstante, Huerta, quien además es facilitador de clases de géneros periodísticos en el Departamento de Comunicación Social de la UCA, advierte: “El reportaje que se utiliza en la prensa escrita en Nicaragua, no es exactamente el que nosotros enseñamos en la academia, hay variantes según las características del periodista, lo que si es común, es la cantidad de fuentes, los personajes que tengan que ver con el tema estudiado”. Para Huerta, lo que se produce en END “es un híbrido que le llamamos trabajo especial, que lleva un poco de crónica, reportaje y entrevista”. Al respecto, el Director de END dice: “El género tiene sus características propias, nosotros no lo inventamos, el reportaje tiene que poseer la noticia, narración”.

El Editor de la página Nacionales, de END explica que para que un trabajo periodístico alcance el nivel de reportaje, “debe ser una investigación completa, tener los antecedentes del tema, las voces que respondan todas las inquietudes que tiene la población acerca de un tema, tiene que ser el producto de una sistematización de la información, que es inusual en los periódicos y en la práctica del periodismo nicaragüense, porque nosotros no sistematizamos la información, sin embargo, cuando se va a escribir un reportaje, tratamos de hacer un esfuerzo para hacerlo”.

Uno de los periodistas más destacados en la elaboración de reportajes es José Adán Silva, quien laboró en *La Prensa* y desde hace algunos años, en END. Fue finalista del Premio Iberoamericano de Periodismo con un dramático reportaje sobre los trabajadores de las bananeras afectados por agroquímicos. Coincide con Huerta sobre la particularidad del “reportaje” que produce END. “Semanal estamos haciendo un trabajo que son nuestros trabajos especiales que pueden ser análisis, algunos análisis pueden caer como reportajes, no es el género más puro”.

Desde su experiencia en END, Silva considera que este diario “le da una importancia secundaria al reportaje en relación a los materiales noticiosos, prefiere una nota informativa, de impacto, que un reportaje de profundidad sobre un tema que tal vez es noticioso pero que se necesita ampliar”.

Como funcionario de LP, Douglas Carcache, sostiene: “Para nosotros el reportaje es un producto de primera calidad, en el sentido de que es un valor agregado que ofrecemos a los lectores, sobre todo en fin de semana”.

2. Unidad o equipo de investigación

LP cuenta con un departamento de investigación periodística, que incluye dos equipos de periodistas investigadores dedicados a escribir casi exclusivamente reportajes, crónicas y entrevistas de profundidad, de acuerdo a los editores de este diario, Fabián Medina y Douglas Carcache.

En END, el Editor Juan Ramón Huerta sostiene que no cuentan con una unidad investigativa ni con periodistas dedicados exclusivamente a producir reportajes o materiales periodísticos especiales. "(...) no existe un equipo especializado, es uno o dos compañeros que tienen asignaciones particulares, pero no es que exista una unidad de investigación como tal, ellos también hacen labores reporteriles de la semana".

No obstante, el Director de END, Francisco Chamorro, afirma "Contamos con un equipo de periodismo investigativo que utiliza el reportaje como base para sus investigaciones, pero también se incentiva a los otros periodistas a que hagan reportajes...". No sabemos por qué se produjeron estas dos declaraciones contrarias sobre el mismo asunto.

3. Planificación del reportaje

Tanto Medina como Carcache señalan que en LP el reportaje es planificado, no es casual. Francisco Chamorro, de END, dice: "Nos dividimos en diferentes grupos y a principio de semana nos reunimos y planificamos qué se podría hacer como reportaje, tomando en cuenta los días para recolectar la información".

En END, según Juan Ramón Huerta, la planificación se hace los días lunes. El editor ya sabe que los temas de profundidad para a mediados de la semana o fines de semana van a tener las características de una investigación a profundidad, y ya establece con los mismos fotógrafos la calidad y cantidad de fotografías que van a acompañar ese reportaje. No hay un equipo de infografía.

No sólo planificamos los reportajes sino que también entrevistas, un híbrido que le llamamos trabajo especial que lleva un poco de crónica, reportaje, entrevista y así se desencadenan estos temas". El periodista Luis Galeano, de END, dice: "Los temas para los reportajes surgen de repente, aunque a veces se planifican".

4. Las fuentes

Por otro lado, en LP casi no había límites para buscar las fuentes, afirma Medina, dondequiera que estuvieran, en el rincón más alejado de Nicaragua, o fuera del país, hasta que estalló la crisis financiera y económica internacional, que ha obligado a este periódico a limitar sus costos de producción. Medina agrega que si había que ir a la isla de San Andrés, compraban el boleto para ir primero a Colombia; si se hacía un reportaje sobre una familia del triángulo minero caribeño y tenía parientes en León, pues se iba a León. Al respecto estima en diez a quince las fuentes requeridas para un reportaje.

Carcache también brinda su opinión al respecto: "La fuente privada tiene buena información, así como la fuente pública, y hacer un reportaje es como hacer un tejido con muchos hilos. La historia será mucho más rica con diversas fuentes, no puedes construir una novela con dos

personajes. En el reportaje tienes que entrelazar diversas opciones sobre un mismo tema”.

Sobre el número de fuentes para un reportaje, José Adán Silva indica que depende del tipo y tema del reportaje. Si son temas que tienen que ver con fuentes públicas, el acceso a fuentes públicas o de cualquier tipo de información sea social, económica, política de cualquier tipo ambientales, hay limitaciones porque existe una dificultad de relaciones públicas entre el Estado y los medios de comunicación, por lo que en estos casos las fuentes son limitadísimas, “tenés que buscar alternativas en documentos, informes públicos, sitios web”.

Carlos Salinas dice que para los periodistas de Domingo en ocasiones no se concreta la investigación sobre un tema por la dificultad de que “las fuentes no quieren hablar, debido a que el periódico está muy politizado, y porque tienen miedo de que lo que vayan a decir sea tergiversado, o les da pánico de lo que pueda pasar. Confirma Salinas que en el gobierno “hay una política de secretismo”, y las dificultades son mayores “cuando la información es para un periódico de oposición”. Las dificultades de acceso a fuentes públicas, está empujando a los periodistas a buscar fuentes de organismos de la sociedad civil, revela Salinas. Luis Galeano, periodista investigador destacado de END, coincide con Salinas sobre las restricciones para tener acceso a las fuentes públicas.

Otras fuentes que no son el Estado, “tienen algo que decir -agrega Salinas-, el mayor miedo es que puedan hacer algo en contra de ellos y eso llega a ser un grave problema, porque LP llega a caer en fuentes anónimas, lo cual se puede usar de vez en cuando, pero llega un momento en el que estás abusando demasiado y llega a crear desconfianza en el lector”.

5. Mujeres discriminadas como fuente

En la presente investigación sobre los reportajes en los diarios LP y END, más del 40% de los reportajes no tienen fuentes femeninas. La causa es, según José Adán: “La mayoría de los cargos son para varones, entonces te vas a buscar esa fuente, y te sale que es hombre, tenés que ponerlo”.

Fabián dice: No nos hemos detenido a pensar en eso, no hay una política de que busquemos hombres, y agrega: “No vamos a buscar a una mujer para tener el equilibrio eso es el reflejo de la sociedad en que vivimos”.

Francisco Chamorro es categórico: “Tiene que ver con la estructura del sistema, por ejemplo, en un sindicato pueden haber muchas mujeres, pero los dirigentes son hombres, y nosotros lo que buscamos es a una persona cuya palabra tenga peso. Es una forma de discriminación, diría yo”.

Ejemplifica Fabián con una historia que preparan sobre los carros de lujo, y resulta que todos los dueños son hombres. Por otro lado, en una investigación sobre amores cibernéticos, específicamente sobre personas que se han casado con otras del exterior, resultó que todas eran mujeres. “Esto de que hay más fuentes masculinas tiene que ver un poco más con la organización que tiene la sociedad, con la cultura”

Salinas considera que “hay una tendencia machista a nivel social. Las instituciones y las empresas están vinculadas a una actitud machista que opta por hombres en la vida pública más que las mujeres. Se debe a la falta de oportunidad que hay para ellas y eso se refleja en los medios,

aunque nosotros le damos bastante voz a las mujeres en los reportajes, pero creo que el problema se debe al espacio público que ocupa el hombre”.

Al momento de buscar la información, el periodista no está pensando en que es un varón o una mujer el que te va a atender, lo que uno busca es que sea una fuente oficial, explica Luis Galeano, para quien las mujeres son citadas menos que los hombres como fuentes en los reportajes, porque así es la realidad nicaragüense que distribuye responsabilidades mayoritariamente a los hombres.

6. Apoyo de los diarios a los periodistas

LP da a sus periodistas “toda la logística posible, además, todos los periodistas tienen seguro pagado por el periódico, hay mucha protección y responsabilidad sobre todo ante coberturas en situaciones de riesgos”, dice Douglas Carcache, para quien “el reportaje tiene un costo más alto que la simple noticia, primero, porque hay una persona dedicada a tiempo completo, y segundo, en los recursos, transporte, seguridad”. En cuanto a la defensa jurídica, “si se tiene que ir a un juicio, el diario estará respaldando a ese periodista”, afirma Medina.

En END a los periodistas se les aconseja tener prudencia cuando van a hacer los reportajes, para obtener la información, la corroboración con las fuentes. Y cuando alguna fuente los acusa de algo injustamente, porque no está de acuerdo con la información que se dio, hay un respaldo institucional del periódico. El Director, Francisco Chamorro es una voz muy autorizada en esto de finanzas: “No contamos con mucho presupuesto, pero sí apoyamos a los periodistas cuando son invitados a talleres, los apoyamos con viáticos”. Fabián Medina admite que en estos tiempos de crisis, “eso nos ha obligado a recortar un poco los reportajes que llevan mucha inversión”.

José Adán Silva reconoce que en END tienen apoyo en lo básico: transporte, comunicación telefónica, fotografía y diseño. Pero los viáticos para los viajes, cuando los hay, están muy limitados debido a la crisis, lo cual hasta provocó un recorte de personal. Carlos Salinas también ha sentido el efecto de la crisis económica en LP, pero reconoce que siempre ha tenido mucho respaldo del diario. Antes él se podía ir tres días a la Costa Caribe, financiado por el diario, pero ahora eso no es posible, hay que tocar temas que no implique ir lejos. No obstante, “si lo comparamos con END, es un privilegio para los que trabajan en las secciones de reportajes de LP, porque cada sección tiene sus propios vehículos, fotógrafos, diseñadores y no depende del otro personal del periódico. El buen periodismo a profundidad es muy costoso”.

7. La principal dificultad

La principal dificultad para elaborar un reportaje es el tiempo, dice José Adán Silva. También la falta de espacio en el formato del diario, porque la crisis económica también ha reducido los espacios de publicación. Coincide Carlos Salinas: “El principal problema en la revista Magazine es el tiempo, apenas tenemos una semana para escribir el reportaje”.

Una semana o más, dice Douglas Carcache, depende de la investigación en que se trabaje, si tiene que documentarse más, darle más dedicación. En END le dan una semana, más o menos, al periodista, se planifica los lunes y los viernes se escribe, y hay unos que tienen que trabajar sábado y domingo para poder terminar su trabajo. Para Luis Galeano no hay regla: puede ser una semana o seis meses, depende de la complejidad del tema.

Carlos Salinas puede escribir en LP sobre lo que quiera, pero advierte una tendencia a priorizar los temas políticos. A veces propone temas sociales y le dicen que está bien, pero se deja para más adelante para investigar algo político.

8. El reportaje es parte de una estrategia

Los funcionarios de ambos diarios no tienen ningún problema en admitir que el publicar “claro, los periódicos en la actualidad compiten con la radio, televisión, etc. Lo que nosotros hacemos, es algo propio, de más profundidad, sobre la experiencia humana, no es el dato, sino partir del dato”.

El Director de END también reconoce que esto es parte de una estrategia, “porque nosotros no podemos competir con la televisión, la radio, ni el Internet, pero a través de los reportajes podemos ganar más lectores, porque la noticia va más detallada, ya hay un nombre y un apellido de alguien, el reportaje muestra lo que ha sucedido detrás de la noticia”.

Igualmente el Editor Juan Ramón Huerta considera que todo lo que hace el periódico es estratégico para ganar lectores. “El reportaje lo utilizamos como un elemento para ganar credibilidad de parte de los lectores ¿Cómo ganamos credibilidad? Cuando ponemos todas las partes de un hecho, cuando explicamos los antecedentes, cuando se profundiza en el tema”.

9. La selección de los temas

No necesariamente es el editor quien genera los temas para el reportaje, si el periodista, revela Douglas Carcache. El periodista plantea un tema que debería o puede tomarse como reportaje y expone las necesidades para realizar la investigación. Francisco Chamorro dice que en END también se originan temas mediante una lluvia de ideas. “Además depende de los periodistas quienes ya tienen identificada sus fuentes, además poseemos un Consejo de Lectores, quienes también nos indican qué temas abordar”. Cuando no hay claridad sobre algunos temas, indica Carlos Salinas, en LP también discuten en grupo algunas ideas.

Los temas para reportajes pueden surgir de aquellos temas cotidianos que por la prisa, el tiempo y las condiciones, aparecen en una breve nota informativa del diario. Entonces a veces esa nota informativa da pie para ampliar y profundizar sobre este tema, explica Juan Ramón Huerta, quien revela que también se originan temas de investigación en la documentación sobre algún asunto que alguna gente lleva al periódico. Entonces proceden a corroborar.

El investigador periodístico José Adán Silva considera que en la selección de temas para reportajes generalmente actúa el criterio de selección individual del periodista, quien lleva una idea y se la plantea al editor que estará de turno el fin de semana, “y el editor dirá si le parece o no, puede reorientar el enfoque, y entonces se pone en agenda, se planifica. De esa manera se decide, pero generalmente la iniciativa es del periodista”.

10. Efecto o impacto social de los reportajes

¿Qué impacto han tenido en la sociedad los reportajes publicados por los diarios; estimularon algún cambio, provocaron correcciones en caso que hayan denunciado anomalías? Douglas Carcache, de LP opina: “No hay un estudio sobre el impacto, donde la gente diga, por ejemplo, este reportaje me cambió la vida, aquel reportaje me hizo pensar de otra manera. Sólo

construimos algo diferente para leer, que no se encuentra en la Internet, la televisión, etc. Es más fácil memorizar un relato que mil datos”.

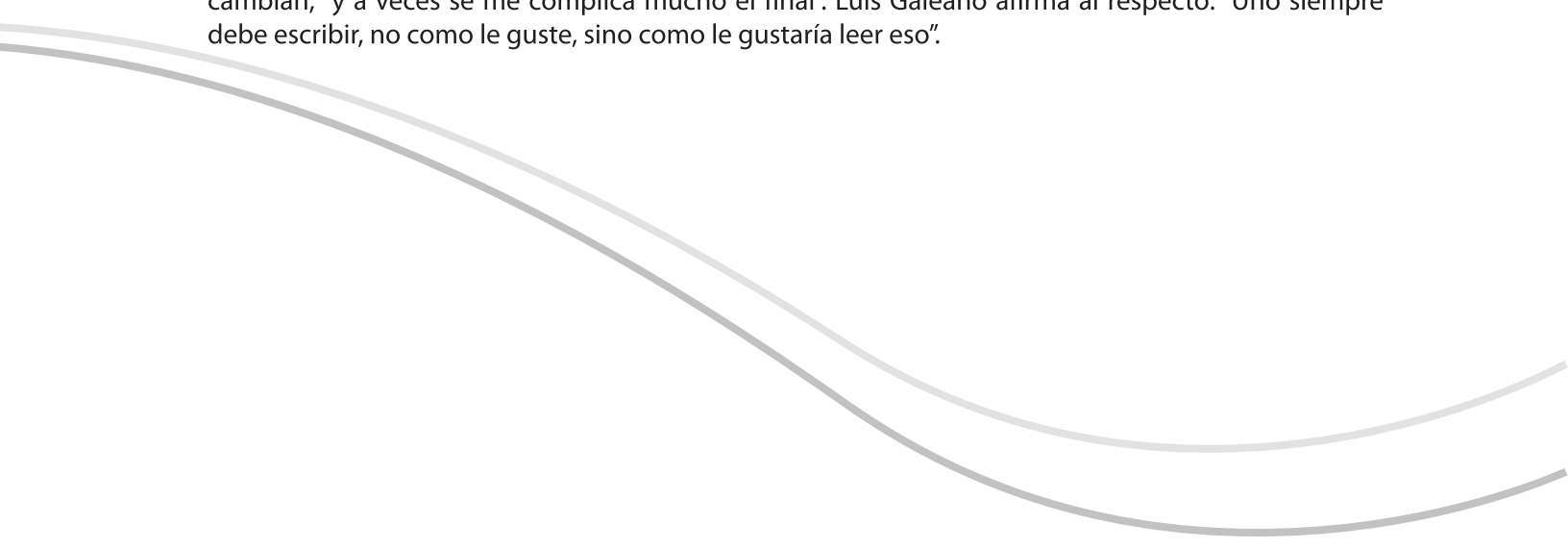
Varios reportajes de ambos diarios han ganado premios internacionales y nacionales de periodismo, siendo los más relevantes los de José Adán Silva y Carlos Salinas, finalistas del prestigiado Premio Iberoamericano de Periodismo, de la Fundación Gabriel García Márquez. El más reciente fue uno que denuncia agresiones contra la mujer.

Juan Ramón Huerta dice que como parte del impacto de los reportajes, en END perciben el agradecimiento de la sociedad, de la gente. Por otro lado, ha habido efectos específicos, por ejemplo, un reportaje de END sobre la gripe AH1N1 obligó al Ministerio de Salud a reconocer públicamente algunos datos que había mantenido ocultos.

José Adán Silva mencionó un trabajo de su autoría junto a Luis Galeano y otro colega de END, sobre el programa social del gobierno Casas para el pueblo, premiado por la Fundación Pedro Joaquín Chamorro, en Nicaragua, y merecedor también de un premio internacional. En este caso, uno de los aspectos centrales del reportaje fue denunciar el uso indebido de fondos públicos, del INSS, y el efecto fue que se reconoció públicamente el hecho, y el Instituto de Seguridad Social recuperó rápidamente el dinero. “El acto de corrupción que se estaba cometiendo, se detuvo”, afirma Silva. El periodista Luis Galeano confirmó lo dicho por Silva.

Carlos Salinas recuerda un dramático reportaje titulado “El estómago de la pobreza”, sobre poblaciones en extrema pobreza en el departamento de Nueva Segovia. “Lo más bonito de la experiencia fue la reacción de la gente, porque fue de solidaridad, hubo gente que llamó al periódico diciendo que quería donar ropa, incluso hubo una empresa que donó un purificador de agua ya que había un pozo contaminado con arsénico. Ese reportaje fue muy impactante además de “Los olvidados del Casitas”.

Sobre las técnicas para escribir un reportaje, los periodistas son parcos, como que prefieren guardar sus secretos. Carlos Salinas, uno de los que despliega más técnicas periodísticas y literarias en sus reportajes, dice, sin embargo, que él no las tiene, y explica con brevedad, pero con sustancia: “Una vez que ya hice el reporte, me siento a pensar la cita, la escena, y el personaje que une, y quién podría ser el hilo conductor del reportaje. A mi me gusta más la escena, porque es la que me ayuda a definir el reportaje, y es el motivo que me permitirá contar la historia a la gente. El único problema que tengo es en titular, son tan malos que siempre los cambian, y a veces se me complica mucho el final”. Luis Galeano afirma al respecto: “Uno siempre debe escribir, no como le guste, sino como le gustaría leer eso”.



Los titulares: el poder del texto periodístico

La noticia del terremoto que causó más de veinte mil muertos y destruyó Managua en 1972 fue titulada en el diario LP por el editor Horacio Ruiz, con una idea terrible y compacta de sólo cinco palabras: “Un ensayo del juicio final”. Cinco años después, su viejo compañero de labores, Danilo Aguirre Solís, tras el funeral del Director de este diario, asesinado por la dictadura somocista, Pedro Joaquín Chamorro Cardenal, tituló: “Los enterrados serán ellos”.

El titular sobre el cataclismo expresa en toda su intensidad la tragedia, el dolor y el dramatismo de una forma memorable, y el del sepelio del Mártir de las Libertades Públicas fue una profecía que se cumplió apenas dos años y medio más tarde, cuando se derrumbó la dictadura tras una insurrección popular armada. Por eso lo más importante del texto periodístico son los titulares.

Al encabezar los contenidos, y en letra bastante mayor que la del texto base, los titulares son como un enorme rótulo vibrante, colorido y dinámico, que atrae y fascina a los lectores. Por su función señalizadora deben ser atractivos y hasta seductores, pero también novedosos, oportunos e informativos, también impactantes y hasta dramáticos. Grijelmo (2001, p. 484) sugiere utilizar en los títulos palabras “calientes”, aquellas que por su sonoridad y fuerza llaman más la atención de los lectores.

La misión fundamental del titular debe ser expresar la noticia por sí mismo, sin ayuda de otros elementos como antetítulo, subtítulo o asterisco, que más bien deben ser complementarios sobre detalles o particularidades. Pero no siempre el titular logra esa capacidad autónoma e independiente de expresar la esencia de la noticia, sino que, para lograrlo, se apoya en elementos auxiliares, con lo que se desnaturaliza un poco su función.

Algunas veces esto se debe a la incapacidad del Editor de sintetizar la idea que quiere plantear, pues el espacio disponible se le acaba y se ve obligado a completar el mensaje en el antetítulo o en los asteriscos.

El titular debe coincidir con lo esencial de la noticia

El principio de economía del titular es máxima información con el mínimo de recursos, noticias muy importantes: antetítulo + título + subtítulo (para dar información complementaria). El Manual de Estilo del diario LP (2005, p. 68) menciona que los elementos de un titular son: título, antetítulo y asteriscos. Y establece que nunca se deben partir las palabras, ni con un guión; ni emplear el punto final, paréntesis, signos de admiración o de exclamación (a menos que forme

parte de una cita textual), tampoco siglas, excepto, aquellas de sobra conocidas por los lectores; y no copiar la primera frase del texto. Y como lo más importante del hecho debe estar en el primer párrafo, el titular debe ser un reflejo de éste.

Unas veces no existe correspondencia entre el significado del titular y la entrada del texto; y otras, tampoco la hay con el contenido del segundo párrafo o de los párrafos subsiguientes, sino con un aspecto de la nota que está localizada al final de la misma, lo cual puede causar desasosiego y confusión en los lectores. Grijelmo (2001, p. 455) dice que el título se desprenderá de la entrada de la noticia. Emilio Alarcos también señala esa función de adecuar las referencias reales de los titulares y la noticia; y agrega, despertar el interés del lector.

La falta de correspondencia entre el titular y el primer párrafo de la noticia puede darse cuando el Editor titula con un criterio noticioso o de otro tipo, diferente del que el periodista utilizó al estructurar la nota informativa. En algunos diarios, cuando se da esta discrepancia, el Editor manda al autor de la nota a poner en el primer párrafo el elemento que considera más noticioso y en base al cual elaboró el titular para que haya coherencia.

Los que sólo leen los titulares

Alarcos también sostiene que hay una función identificadora de los titulares, que Nadal cuestiona, porque nadie identifica los títulos de las noticias con el título mismo, sino con el tema o con el autor. Por eso afirma que al contrario de lo que sucede en los títulos de libros o de obras musicales, en periodismo, la función identificadora se orienta, por supuesto, a distinguir un texto de los demás, con un ánimo clasificador: el texto noticioso queda situado en la página y en el periódico, por referencia a los demás textos de esa página y de todo el periódico. (Alarcos, 1977).

Es claro entonces para Nadal (2007) que el titular no actúa como una mera etiqueta entre productos más o menos semejantes, sino que en sí mismo sitúa mucho más la noticia: la valora, le confiere relieve, destaca especialmente un aspecto del texto, etc. Más aún, en el caso del titular noticioso, el encabezamiento resume la noticia y la clarifica, esto último en el mismo sentido que Grijelmo (2001), Vivaldi y Leñero (1986).

Con menos frecuencia ocurre que el titular expresa algo que no está en ninguna parte de la nota informativa, y se da un divorcio completo entre el título y el contenido. Esto puede suceder cuando el editor titula completamente al margen del contenido, por razones ideológicas y de conveniencia con la política editorial del diario.

La correspondencia que debe existir entre el significado del titular y la esencia de la noticia que está en el contenido, aumenta dramáticamente de importancia porque gran parte de las audiencias, no alcanza a leer todo el texto, y se queda sólo con el título. Tan cruciales son los titulares, que siendo lo único que leen personas que no disponen de tiempo para una lectura reposada de los diarios, de su significado derivan buena parte de su interpretación de lo que ocurre en la sociedad. Los titulares forman el primer nivel informativo de la noticia. Para muchos lectores, el único.

La referencia que el titular hace al tema, no es sólo al contenido general del texto, sino de lo esencial de la noticia que contiene ese texto. Diferente a los títulos de libros o de películas, el titular periodístico adelanta lo que se encuentra en el texto, y de alguna manera indica cómo

se debe leer ese contenido. En otros tipos de textos, para saber lo relevante, el lector tendrá que llegar hasta la última línea, y sólo hasta entonces podrá hacer un resumen significativo del mismo. Ocurre al revés en los titulares noticiosos, donde una buena parte de las audiencias omiten la lectura del texto, pues el titular le ha dicho de previo qué es lo que va a encontrar en él.

Funciones de los titulares

Por lo tanto, concluye Nadal, el titular periodístico determina la interpretación del texto, pero no sólo en el sentido descrito. También lo determina en la medida en que el titular juega con el saber compartido con los lectores. De ahí que el análisis de los titulares proporciona datos de interés acerca de los valores e ideologías de los periodistas y de los periódicos, y, especialmente, de la manera cómo los lectores entenderán, memorizarán y usarán la información de la noticia para la elaboración de su conocimiento y opiniones acerca de la realidad, (Nadal, 2007).

Además de comunicar la esencia noticiosa y darle un significado y una connotación u orientación determinada, los titulares tienen varias funciones, como llamar la atención de las audiencias e identificar y jerarquizar las diferentes noticias que se comunican en la primera plana de los diarios.

Hurtado (2007) realizó un análisis comparativo entre titulares de diarios españoles y de varios países latinoamericanos, y señala como funciones de los titulares, las tres siguientes:

- Función identificativa: para individualizar un texto periodístico frente a otros.
- Función informativa: sintetizan el contenido del texto periodístico que encabezan.
- Función apelativa: para suscitar el interés y, junto con los eventuales elementos gráficos que puedan acompañar al texto, cumplen una función de primer anclaje para el ojo del lector.

En el Manual de Estilo del diario LP (2005), se define una triple función del titular:

- Identificar los textos que encabezan.
- Distinguir los textos entre sí mediante un mecanismo de ordenación, jerarquización y clarificación.
- Despertar el interés de los lectores.

El Director de END, Danilo Aguirre Solís, y principal titular del mismo durante los 30 años de existencia de este periódico, dice que el titular debe combinar síntesis, claridad y recoger todo el espíritu de la información, es decir, drama, humanismo o malicia, interés e impacto; y deben ser elaborados con síntesis y precisión.

Grijelmo (2001, pp. 455-482) establece una relación entre la titulación y las características particulares de cada género periodístico, de modo que la manera de titular debe dar una idea acerca de si el texto es una nota informativa, crónica o reportaje. En un sentido general, apunta que algunos recursos para titular son la paradoja, la contradicción o las palabras de doble sentido y los juegos de palabras.

Estrategia persuasiva en los titulares

Para que los titulares cumplan sus diversas funciones, los editores tratan de que sean lo más

breves posible, pues a menor extensión tienen más posibilidades de ser captados por los lectores. No siempre la brevedad va junto al carácter seductor de los titulares, pero se trata de conciliar ambos aspectos. Para lograr brevedad, los editores utilizan técnicas de ahorro de palabras, como la elipsis o abreviación, siglas, modismos populares, contracciones, etc. Para Vivaldi (1998, p. 27), en los titulares es donde “el estilo periodístico se define con más claridad” [...] “por la imperiosa necesidad de que sean breves, exactos y llamativos o atractivos”. La omisión de algunas palabras supone que el lector debe completarlas, en la compleja fase de interpretación del titular. No obstante, la estructura profunda no puede ser recuperada en su totalidad, por lo que varios lectores interpretan de manera distinta. “El escritor presumiblemente conoce el significado pleno pero quizá el lector no” (Halliday, 1990). Más que una técnica en pro de la brevedad, en muchos casos Nadal (2007) ve en el ahorro de palabras mediante la elección de derivados nominales en lugar de oraciones completas, la existencia de una estrategia persuasiva que comporta la omisión de datos relevantes. Esto es consecuencia de la actitud que el periodista adopta ante el contenido informativo en los procesos de construcción de la noticia. Las verdades a medias conllevan posturas ideológicas y por ende líneas editoriales.

El discurso de los medios de comunicación supone la imposición autoritaria de una visión del mundo, agrega Nadal (2007) y se apoya en planteamientos de Dijk (1990), en el sentido de que la elección de estructuras gramaticales responde a motivaciones ideológicas; y que las ideologías subyacentes (...) afectan las estructuras formales del lenguaje, de modo que las configuraciones gramaticales características del discurso informativo nunca son ajenas a la pretensión de imponer y reproducir posiciones ideológicas.

Un periodista con casi medio siglo de elaborar continuamente titulares periodísticos, Danilo Aguirre Solís, acepta la existencia de estos sustratos ideológicos cuando señala que aspectos de la derrocada dictadura somocista de casi medio siglo (1934-1979) están retornando a la actualidad de Nicaragua, lo cual hace que se produzca “la lucha de la prensa libre contra el poder, que parece ser una constante interminable, y eso no está ausente en el periodismo que hacemos”.

El papel dinamizador de los verbos

Aguirre explica que comparar el somocismo con el actual gobierno del FSLN no es algo de más o menos muertos, sino de hablar de elementos como los de antes, como los brazos armados militares con los de hoy, que son brazos armados civiles; el manejo de las instituciones a favor de un partido, que ni siquiera el somocismo lo hizo, porque controlaba el poder a punta de plomo y garrote. La Guardia era la que tenía la última palabra, pero funcionaban una serie de instituciones que, para burlarlas, el somocismo tenía un poco de más pudor porque Luis Somoza, para pasar el gobierno a su hermano, tuvo que poner el interinato de René Schick, y Tacho Somoza para reelegirse tuvo que firmar el pacto Kupia Kumi con Agüero, y no se le ocurrió que sus magistrados declararan la Constitución inconstitucional. “Es decir, cuando ahora ves cosas que creías superadas, o del pasado, no podés dejar de expresarlo en un título”.

Quienes escriben titulares periodísticos deben hacerlo respetando el diseño gráfico de la página, sin pedir que se modifique algún aspecto, como el tamaño de la letra. Tampoco el diseñador debe solicitarle al editor que alargue el texto o lo recorte para lograr algunas simetrías buscadas en el diseño. Al respecto, Grijelmo (2001) es categórico en que debe haber respeto al diseño.

Los editores también se ocupan de introducir dinamismo a los titulares mediante el uso de verbos, sobre todo en presente, dada la exigencia de actualidad e inmediatez de este mundo informativo en el que es tan valorada la primicia. La mayoría de los periódicos prefieren siempre que los títulos se expresen en tiempo presente y con una afirmación y no con una negación o pregunta. También utilizan signos lingüísticos de admiración, interrogación, dos puntos, comillas, etc. En el uso de diferentes técnicas de titulación se puede privilegiar lo noticioso o lo sugerente, lo persuasivo o el dramatismo, etc.

Algunos titulares incorporan citas textuales cortas, sobre todo expresiones de personajes que son rotundas, categóricas, o muy llamativas o expresivas en un momento determinado, que le confieren mucha fuerza al título. Sin embargo, puede ocurrir que algunas de estas expresiones entrecomilladas en el titular, no encuentren respaldo en ninguna de las fuentes utilizadas en la nota informativa que encabeza, lo cual resta credibilidad y confianza. Sólo se debe usar la cita textual en los titulares cuando tiene gracia y no es larga. El entrecomillado requiere de un respeto sagrado, porque debe responder a lo que se ha dicho. Tiene mucha fuerza, porque es lo que alguien está diciendo.

No mentir

Danilo Aguirre es categórico: “Mentir no es permitido, ni legítimo”, y recuerda la vez que un periódico tituló “Cayó Trujillo” y lo que había ocurrido es que el tirano de Dominicana se había resbalado y se había caído. “No se puede hacer esto con los lectores, no podés poner en el título algo que no está implícito o explícito en la crónica del redactor”.

En su estudio comparativo de titulares de diarios españoles y latinoamericanos, a Hurtado (2007) le llama la atención lo que denomina “la apariencia de cita”, una frase entrecomillada precedida o seguida por el nombre del emisor, cuando su contenido no siempre responde a lo dicho por alguien. En este último caso -comenta Hurtado-, lo sorprendente es que esa reelaboración lingüística se presente entrecomillada, como una locución atribuida a alguien. Esto puede provocar el desconcierto del lector, para quien el uso de las comillas acabaría perdiendo el significado de avisar que reproducen un discurso ajeno.

Hay dos tipos de errores que Danilo Aguirre lamenta haber cometido al titular: “Cuando no he expresado en la titulación el sentido exacto del contenido y el impacto de la información, sino que nos subimos un poco sobre la dimensión de la noticia y no es que se le ha desvirtuado, sino que el impacto que se le da con la titulación no se corresponde con el que en sí tiene la noticia; o a veces se generaliza situaciones, lo cual ha molestado y con razón, porque a lo mejor se ha señalado a un gremio o sector, cuando en realidad la información estaba referida a personas en particular”.

Suele darse en la construcción de titulares que las formas verbales se conviertan en sustantivos, lo cual le resta dinamismo a los títulos, pero son un buen sustituto de los verbos, cuyo uso hay que procurar en cada titular. Cuando se muestra una acción, no con un verbo, sino como si fuera un objeto, se convierte un objeto verbal en sustantivo, lo cual ocasiona que la relación entre procesos y participantes se inmovilice. Nadal (2007) llama a esta conversión, “nominalización de verbal”, en lo cual inciden no sólo la adaptabilidad del lenguaje y la búsqueda de economía lingüística, sino también la ideología subyacente del titular o de la política editorial del medio de comunicación.

Intención de omitir algo relevante

“Derivación” es un término para calificar al proceso morfológico de formación de léxico en el que hay adición, supresión o intercambio de sufijos. La elección de derivados nominales en vez de oraciones completas, revela en muchos casos, la intención de omitir información relevante. (Nadal, 2007).

También ocurre que los verbos vayan en distintos lugares de la oración. Los editores también colocan el sujeto en diversas posiciones dentro de la frase. Puede haber un uso de adjetivos, que en unos casos expresan magnitud o intensidad, por ejemplo, o en otros introducen una cuota de sesgo al significado del título.

Todas las combinaciones posibles de posiciones entre verbos, sujetos y adjetivos, buscan, más que una forma, imprimirle un sentido o connotación determinada al titular, originando diversos tipos del mismo, sobre los cuales varios autores tienen su propia clasificación. Hay titulares de una palabra; de dos palabras (estructura bimembre); un sintagma; una frase completa; una frase sin verbo (elipsis); una pregunta; una exclamación; un juicio valorativo; una cita (se suprime el verbo dicendi); una frase hecha; el título de una película, una novela, una canción, un poema (transformado); un juego de palabras; y una metáfora, una personificación, una aliteración (recursos estilísticos).

En su análisis comparativo de titulares, Hurtado González (2007) encontró, entre otros, mayor presencia en los hispanoamericanos de los siguientes tipos: titulares sin sujeto explícito, con el verbo de comunicación en tercera persona del plural [Aseguraron que cumplen los acuerdos de precios (Crónica, Argentina)]; una mayor libertad posicional del verbo de lengua. En efecto, éste puede colocarse al principio, antepuesto al sujeto. [(Confirmó el BCE que aumentará sus tasas de interés (La Nación, Argentina))].

Análisis de titulares de diarios hispanoamericanos

Más frecuente que la anteposición del verbo de lengua al sujeto es su colocación detrás de la cita. [“Estamos todos deseando buenas noticias y cuanto antes” dijo el obispo (Crónica, Argentina)]. En los titulares de actos de habla aparecen también verbos de opinión, de valoración positiva, de valoración negativa, verbos que describen la modalidad de la enunciación, verbos de orden o mandato, de petición o ruego. [“Debe pagar por lo que hizo a mi señora y a mis hijas”, clamó el viudo de Maribel (La Cuarta, Chile)].

Por otra parte, en la prensa hispanoamericana se da un paso más en esta posposición del verbo de lengua al cruzarse la preferencia por la expresión impersonal, señalada anteriormente: [Depuran listas de afectados, denuncian en Ojo de Agua (El Universal, México)]. En los titulares de actos de habla no siempre aparece un verbo para introducir el discurso. En este tipo de titular, con mucha frecuencia el estilo directo se introduce simplemente mediante los dos puntos y las comillas. [Tony Blair en Irak: “Hay sucesos que dan motivo para la esperanza” (El Mundo, España)].

En la prensa hispanoamericana la identificación del autor de las declaraciones habitualmente se efectúa al comienzo: [Suárez: “Quiero más dinamismo” (El Universo, Ecuador)]. Sí es un rasgo bastante extendido por ciertas regiones de Hispanoamérica identificar al autor de las declaraciones al final, es decir, tras la cita: [Yo no renuncio: Patiño (El Comercio, Ecuador)].

Concluye Hurtado González (2007) con que los titulares que encierran declaraciones o actos de habla han dado lugar a una serie de recursos periodísticos que los convierten en una de las clases de titulares más abundantes hoy en día en las páginas de cualquier periódico; y que en la prensa latinoamericana presentan formas distintas de disponer el material lingüístico. Por otra parte, Hurtado señala el aparente descuido que presentan los diarios hispanoamericanos en el uso de los signos de puntuación que acompañan al discurso directo, en especial, las comillas, lo que no favorece ni la claridad ni la credibilidad periodística.

Clasificación

Partiendo de los conceptos lingüísticos “tema” y “rema”, Genette (1988) clasifica los titulares periodísticos en temáticos y remáticos. En algunos casos, los titulares disponen explícitamente de indicadores del género periodístico a los que corresponden: “crónica”, “reportaje”, “análisis”, etc. Los titulares noticiosos o narrativos aparecerán configurados de una manera distinta de aquellos titulares de géneros de texto argumentativos, con lo que coincide con Grijelmo (2001).

Los titulares remáticos-agrega por su parte Nadal- que corresponden a textos narrativos se redactan con una frase verbal –aunque el verbo puede estar implícito–, mientras que los que corresponden a textos de carácter argumentativo suelen carecer de verbo y de ordinario constan de muchas más palabras, pues no intentan resumir la noticia. Son titulares, casi siempre, de carácter temático. La mera presencia de uno u otro tipo indicará al lector qué clase de texto se encontrará (Nadal, 2007).

Vivaldi (1998, pp. 215-218) ofrece algunas reglas generales para titular las notas informativas: lo más breve posible, que no exceda de diez a doce palabras. No se titula igual una noticia a una columna que a cinco u ocho columnas. Usar siempre un verbo, expresado o sobre entendido. No repetir palabras. Evitar los “verbos fáciles” y las palabras de amplio significado. Utilizar una correcta puntuación. No abusar de las comillas ni de los puntos de interrogación o de admiración. También Grijelmo (2001) recomienda utilizar verbos en presente y nunca en participio.

Por su parte, Grijelmo (2001, p. 471) dice que “El título del reportaje debe competir en las páginas del periódico con los encabezamientos noticiosos. Éstos juegan con la ventaja de que responden a hechos inmediatos, acontecimientos sorprendentes e interesantes. Los reportajes, en cambio, no abarcan necesariamente un hecho de feroz actualidad Por eso su titular debe modelarse con imaginación”.

5.1. Metodología de la investigación

Objetivos generales

1. Determinar si los titulares publicados por los diarios LP y END se ajustan al precepto teórico de que deben decir por sí mismos, sin la ayuda de otros elementos como antetítulo o asteriscos, la esencia de la noticia.
2. Precisar si el significado de los titulares publicados por los diarios LP y END, tiene correspondencia con el contenido del primer párrafo de la noticia.

3. Identificar las técnicas para ahorrar palabras (abreviaciones, contracciones, siglas, modismos, etc.) utilizadas en los titulares publicados por los diarios LP y END.
4. Cuantificar la extensión en palabras, columnas y pulgadas lineales de los titulares publicados por los diarios LP y END.

Objetivos específicos

1. Establecer el tipo de lenguaje (formal o coloquial) y el tipo de formulación (enunciativo y explícito; sugerente; de interrogación; amarillista/sensacionalista; metafórico; hiperbólico; etc.) de los titulares publicados por los diarios LP y END.
2. Comprobar si los titulares publicados por los diarios LP y END utilizan verbos y adjetivos; el tiempo verbal; y si siguen la estructura gramatical sujeto-verbo.
3. Clasificar de manera general (noticiosos o genéricos) los titulares publicados por los diarios LP y END. Identificar si los titulares publicados por los diarios LP y END, resumen o se refieren a un detalle de la noticia; y si parten de las causas o las consecuencias de los hechos.
4. Precisar si los titulares publicados por los diarios LP y END, por su apego o no a los hechos noticiosos son: sesgados, manipuladores u objetivos.
5. Determinar los temas abordados en los titulares publicados por los diarios LP y END, así como sus enfoques (positivo y negativo).

5.2. Marco teórico

El referente general para esta investigación es la teoría sobre los titulares. El marco teórico se construyó principalmente a partir de Nadal (2007) y los autores citados por él: Alarcos Llorach, Genette, Halliday, Dijk y Casado; Silvia Hurtado González, quien a su vez cita a Antonio López Hidalgo y Elena Méndez García de Paredes; así como Gonzalo Martín Vivaldi, Alex Grijelmo, y Vicente Leñero y Carlos Marín, cuyos planteamientos básicos determinaron los objetivos que se definieron.

Los elementos esenciales de este referencial teórico están relacionados con que lo más importante del texto periodístico son los titulares, dadas sus funciones de identificar, situar, valorar y conferirle relieve a la noticia, destacando especialmente un aspecto del contenido de la noticia, siempre con un sustrato ideológico relacionado con la política editorial del medio. La misión fundamental del titular debe ser expresar la noticia por sí mismo, aunque se toma en cuenta el rol complementario de antetítulos y asteriscos, así como el papel del contexto.

Igualmente se utiliza la teoría sobre el uso de verbos, el modo y tiempo, la adjetivación y sus efectos, así como la sustantivación de verbos y adjetivos; los tipos de titulares y diferentes clasificaciones de los mismos; la brevedad de los títulos y las técnicas que utilizan los editores para ahorrar palabras; entre otros aspectos.

5.3. Definición del universo y de la muestra

El diseño de la investigación contempla que el universo son todos los titulares que encabezan noticias de primera plana en las ediciones impresas de los diarios LP y END, publicadas entre enero y abril de 2010, es decir, unos 240 periódicos. La muestra es de 403 titulares de primera plana, 203 de LP y 200 de END. Se tomaron titulares de diez días de cada uno de los meses de enero a abril del 2009. No se tomaron en cuenta los títulos de reportajes, crónicas, entrevistas o de fotografías, ni aquellos que sin estar acompañados de contenido, cumplían el rol de anunciar o adelantar una información. Cuando no se obtenía cinco titulares para su análisis en una edición, los que faltaban se tomaban de otra.

Tanto por la cantidad de informaciones como por el hecho de que éstas son las más importantes de los diarios al ser publicadas en la primera plana, que es la vitrina de los periódicos, el lugar reservado para la difusión de los hechos principales ocurridos el día anterior, la muestra es totalmente representativa. Es decir, los resultados del análisis serán válidos para la totalidad de las notas informativas más relevantes publicadas en esos cuatro meses.

Fueron excluidos de la muestra dos tipos de materiales periodísticos: por un lado, aquellos pertenecientes a otros géneros periodísticos, como entrevistas, crónicas y reportajes; y por otro, los textos internacionales o de otro tipo, no elaborados por la planta de redactores de los diarios. La selección de diarios impresos de los meses de enero hasta abril de 2010, tiene la intencionalidad de que el análisis se haga sobre las publicaciones más recientes. De hecho, al comenzar la investigación, aún no había transcurrido el mes de abril, pero se fue avanzando con los titulares de las noticias de los tres primeros meses del año, y se completó luego que transcurriera el último mes del período seleccionado.

Definición de las variables

Fueron formuladas 28 preguntas, cada una de las cuales fue elaborada a partir de los objetivos. Casi todas las preguntas son de orden cerrado, con una codificación previa, así que sólo algunas tuvieron que ser codificadas después del trabajo de campo o de laboratorio.

Elaboración y aplicación de una hoja extractora de datos o cuestionario

El cuestionario se convirtió en una hoja extractora de datos que guió el trabajo de campo, pues se aplicó a los titulares de las notas informativas de primera plana, seleccionados. Este instrumento de recolección de información fue sometido a pruebas mediante un trabajo piloto con varios titulares de noticias de primera plana de los diarios, lo que sirvió para detectar algunos vacíos y para validar la hoja extractora de datos en lo general.

Fueron reproducidas tantas hojas extractoras de datos como indica la muestra, de modo que cada titular tuvo la suya para ser llenada minuciosamente, lo cual demandó una lectura detenida de cada título y del primer párrafo de la noticia y, en algunos casos, de la nota informativa completa, en busca de respuestas a las variables.

Revisión de los cuestionarios u hojas extractoras llenadas

Tras la extracción de la información de cada titular de la muestra, se procedió a la revisión de

cada documento para buscar inconsistencias o vacíos y subsanarlos.

Codificación de las hojas

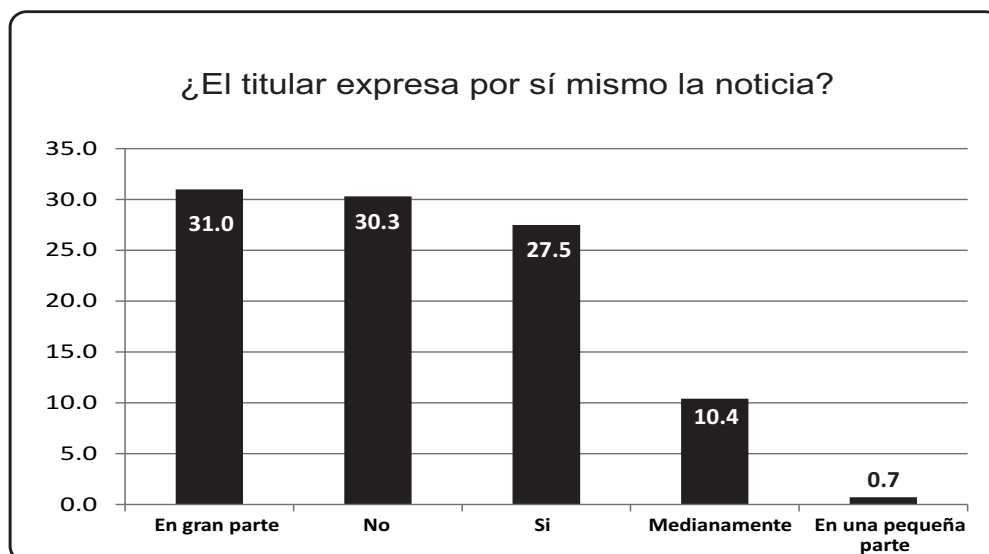
Luego de revisar las hojas y de subsanar las inconsistencias identificadas, se procedió a la codificación de las respuestas a las preguntas abiertas o de las respuestas a los “Otros”, que aparece al final de las opciones para las interrogantes cerradas. El objetivo es que todas las respuestas en palabras, quedaran con su respectiva numeración.

54. Hallazgos más relevantes

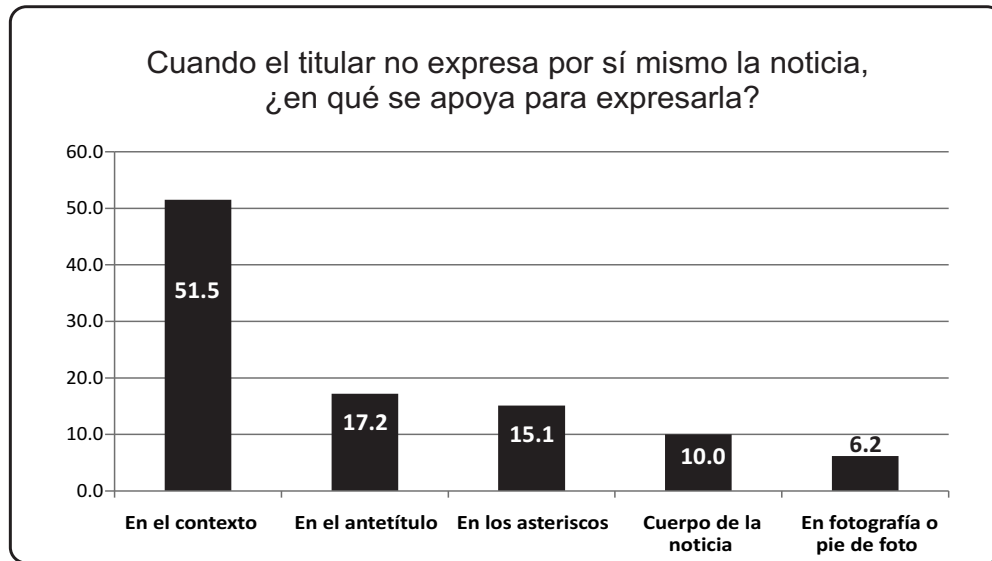
Del total de titulares analizados, el 20.3% son los principales, los más importantes de cada edición, las “ocho columnas”, como se dice, aunque desde hace varios años los diarios ensancharon sus columnas y redujeron su número a seis. El 19.0% aparece en cuarto lugar de importancia; 18.3%, en tercero; 17.5% de quinto; 16.5% de sexto; 8.0% de séptimo; y 0.5% de séptimo.

Independientemente del lugar de importancia en que fue publicado cada titular, todos aparecieron en primera plana, es decir, son los más relevantes de cada edición de los diarios. La muestra, por tanto, es de los más importantes titulares publicados en los primeros cuatro meses del año. La composición descrita en el primer párrafo, obedece a que la muestra incluyó todos los titulares de cada edición seleccionada.

1. Si el titular dice por sí mismo la noticia: la misión del titular, de decir por sí mismo la esencia de la noticia, se cumple en las tres cuartas partes (69%) de los titulares de las notas informativas de primera plana, en diferentes escalas: sólo un poco más de la sexta parte (17.5%) expresa totalmente la noticia; casi un tercio (31.0%), en gran parte; y uno de cada diez (10.4%), medianamente. Pero casi un tercio de los títulos, no la expresan. Estos aspectos son indicativos de la eficiencia de los titulares, los cuales tuvieron su plena realización sólo en el 17.5%, que fueron los que sin ayuda de otros elementos ajenos a sí mismos, lograron expresar la noticia. Hay un alto grado de dificultad para poder ofrecer en una frase breve el elemento central de la nota informativa que encabeza.



Esto significa que un porcentaje considerable de los titulares se apoya en elementos adicionales al título para expresar el contenido, tales como antetítulos y asteriscos, no obstante que el titular debe ser completo por sí mismo. La misión del titular es decir por sí mismo la noticia, así que, cuando no lo logra, hay una deficiencia en la titulación. Hay hechos excepcionales en que los titulares son muy emotivos, genéricos y dramáticos, y se apartan de la lógica general de decir la noticia.



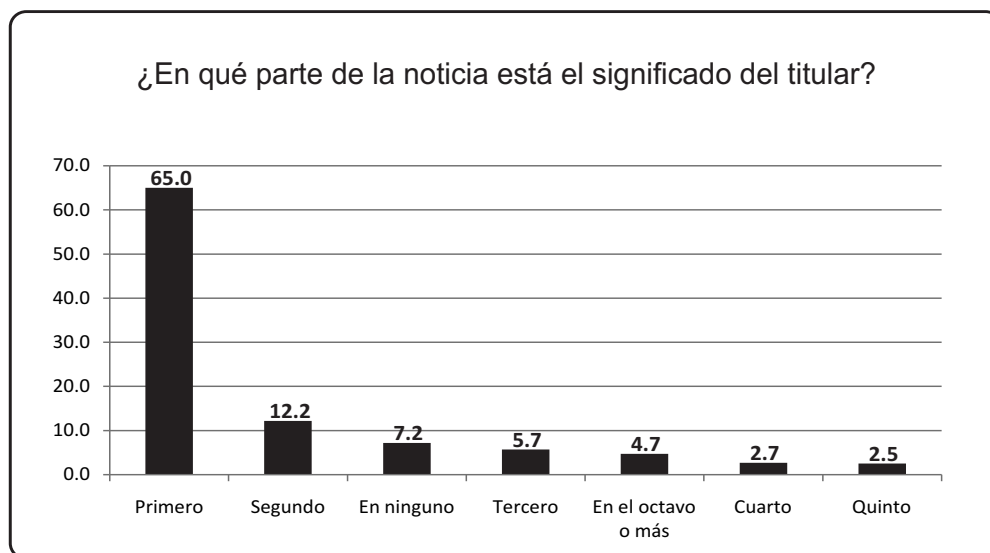
El 51.5% de los titulares que no dicen por sí mismos la noticia, se apoyan en el contexto y el 32.3% en antetítulos y asteriscos. El contexto incluye las ediciones anteriores del diario, en particular la del día previo, y algunas veces los editores titulan como si las audiencias estuvieran obligadas a saber lo que se dijo el día anterior sobre ese mismo hecho.

2. Correspondencia del titular con el contenido y apego o no a los hechos: independientemente de si el titular, solo o con la ayuda de elementos externos, expresa la noticia, la casi totalidad de ellos se corresponden con el contenido de las informaciones que encabezan. La correspondencia es total en el 84.6%, es decir, enuncian lo que el periodista ha plasmado en la nota informativa. Sin embargo, en un tercio de los titulares, su significado no se encuentra en el primer párrafo, como debería ser, sino en el segundo, tercero, cuarto y quinto párrafo y hasta más allá del sexto párrafo, hasta el 14, 15 y 18; e incluso en el 4.0% no está en ninguna parte de la noticia. El título debe decir lo principal de la noticia y esto debe estar en el primer párrafo, por tanto es negativo que el 34% del significado de los titulares no haya estado en correspondencia con el contenido del primer párrafo de las notas informativas que encabezan. Pueden exceptuarse de esta lógica, aquellos titulares especiales, muy generales, que son excepcionales.

El título debe decir lo esencial de la noticia, lo cual debe estar en el primer párrafo. Por tanto, es relevante que el 35% del significado de los titulares no haya estado en correspondencia con el contenido del primer párrafo.

Por otro lado, por su apego o desapego a los hechos, el 78.4% de los titulares verdaderos, aunque un poco más de la quinta parte (20.9%) son cuestionables por manipuladores, inexactos o sesgados. Son titulares manipuladores aquellos que, aún siendo congruentes con el contenido de la noticia, incorporan elementos adicionales, extraños a la noticia, para abonar según

sus conveniencias editoriales y sus alianzas con diferentes sectores sociales. En ambos diarios son porcentajes mayores al 10%, siendo más pronunciado en END.

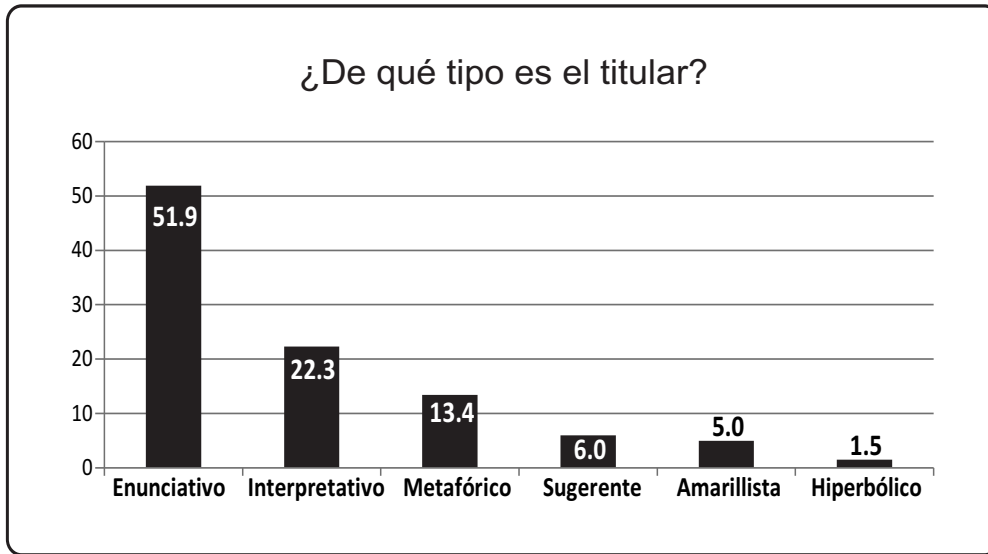


La casi totalidad de los titulares son congruentes con el contenido, es decir, enuncian o declaran lo que efectivamente el periodista ha redactado en la nota informativa, lo cual habla bien de los editores de ambos diarios que realizan esta función. Esto sólo se refiere a la congruencia en un sentido general, pues en otras variables se examinan aspectos más específicos como el uso de adjetivos o de signos como comillas, que le pueden dar un sentido específico al título, no congruente con la nota informativa.

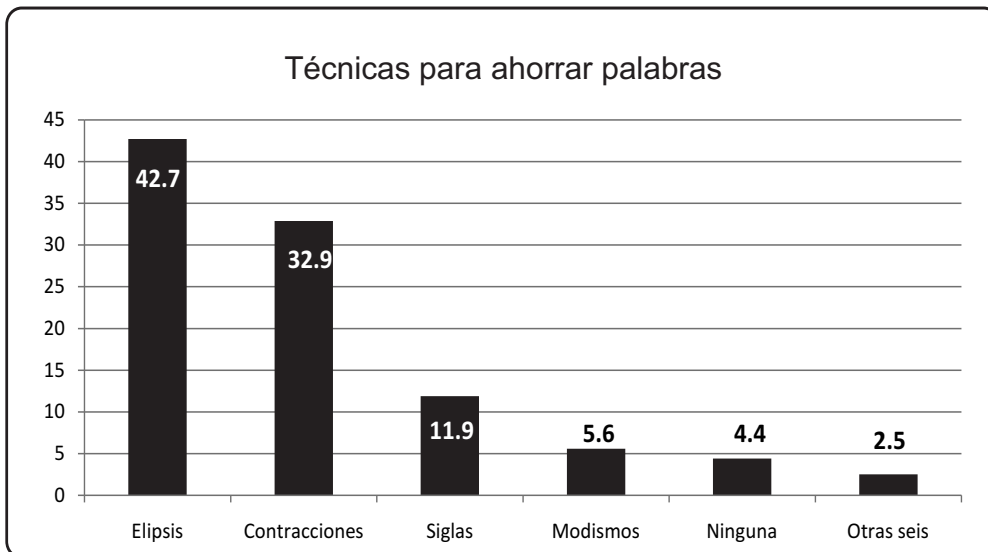
3. Lenguaje formal o coloquial, tipo de títulos, titulares elaborados a partir de causales y de consecuencias. Más de la mitad (51.9%) de los titulares de las notas informativas de primera plana de los diarios, utilizan un lenguaje formal, es decir, son más enunciativos y explícitos que coloquiales; genéricos, más que noticiosos; se refieren a un detalle noticioso, más que a resumir la información principal; y muchos más de ellos son elaborados a partir de las consecuencias, y menos desde las causas.

El lenguaje formal u objetivo prevalece en cerca del 60% de los titulares, mientras que el 41.2% son coloquiales o conversacionales y tienen un contenido emotivo. Estos últimos tienden a darle al titular una connotación determinada y a veces hasta un sesgo. Los primeros se aproximan más a la objetividad.

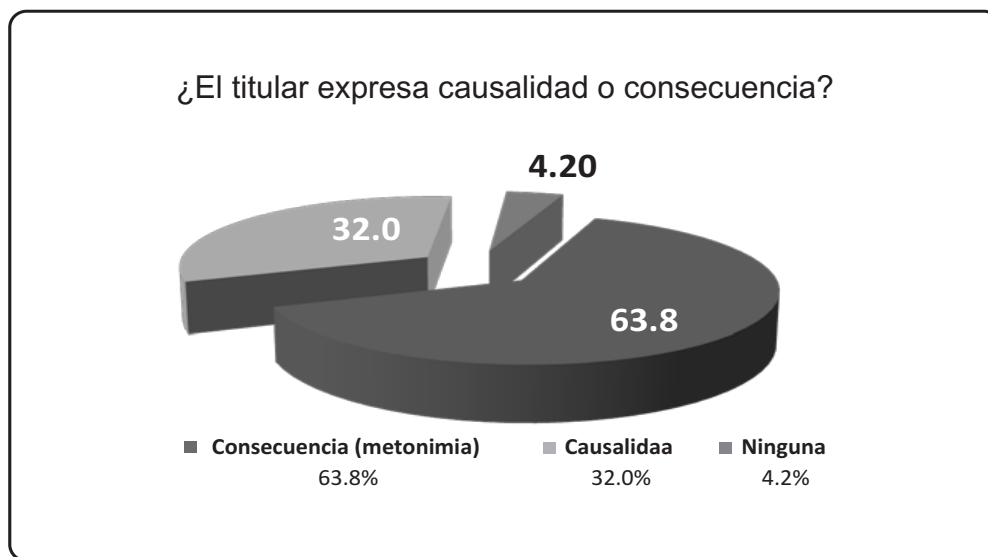
Se observan, de manera importante, dos tipos de titulares: los interpretativos (22.3%), que tratan de sintetizar los hechos, y los metafóricos (13.4%), que son en sentido figurado. Muy pocos (2.0%) son sugerentes, amarillistas e hiperbólicos o exagerados, lo que denota un aspecto positivo.



El 56.1% de los titulares son genéricos y los demás noticiosos. Estos últimos son explícitos en revelar novedades y los primeros más bien son generales. Deberían prevalecer los noticiosos, pues los genéricos son más propios de revistas.

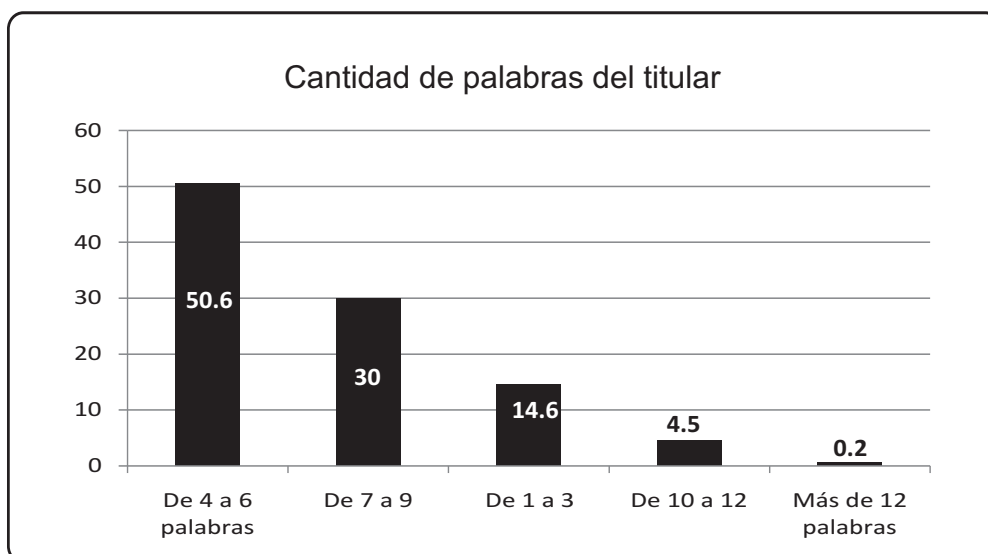


El 32% de los titulares son elaborados en relación a las causas de las noticias y casi todo el resto a partir de las consecuencias. Generalmente, no son las causas lo más importante.



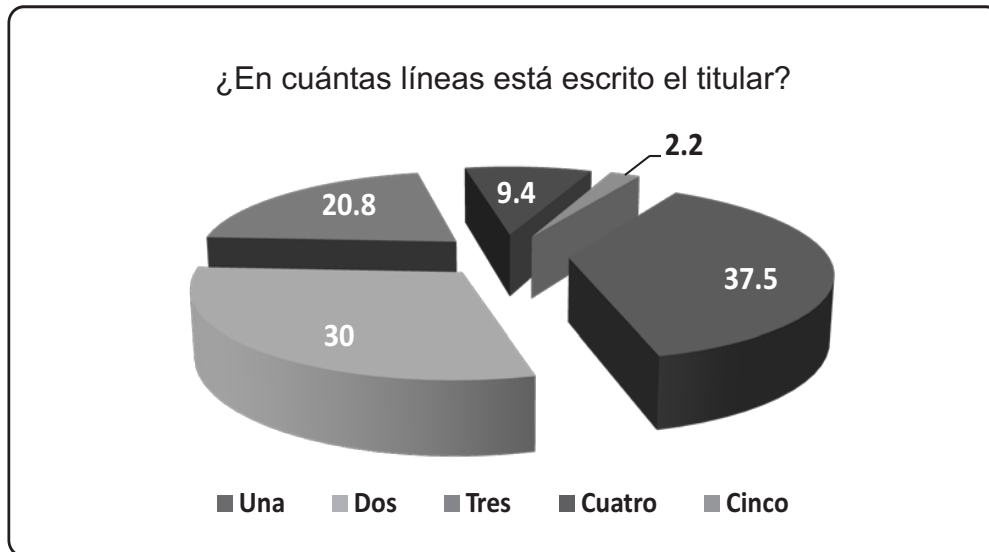
4. Uso de signos convencionales: El 78.7% de los titulares no utiliza signos convencionales como comillas, signos de interrogación, admiración, puntos suspensivos, paréntesis o monetarios, mientras que el 21.3%, sí. Lo más utilizado es la cita textual (18.9%). No obstante, en una quinta parte (22.4%) de los títulos total o parcialmente entrecomillados como si fueran cita textual, ninguna de las fuentes de la noticia expresó tales palabras. Hay un abuso en el uso de las comillas. Se da a entender que una frase fue dicha por una de las fuentes que aparece en la información, cuando en realidad no es así, sino producto del editor como un mecanismo amañado y no ético para darle fuerza al titular.

5. Extensión: Uno de los hallazgos más relevantes es que el 50.6% de los titulares tiene entre cuatro y seis palabras y un 30%, de siete a nueve, el 14.6%, de una a tres palabras, lo que pone de manifiesto una alta eficiencia de los editores en la elaboración de los titulares. Es excelente el promedio de palabras por titular: 5.75. Nota: las cifras se tomaron como que fueran una palabra. Se suma la cifra a la cantidad de letras.



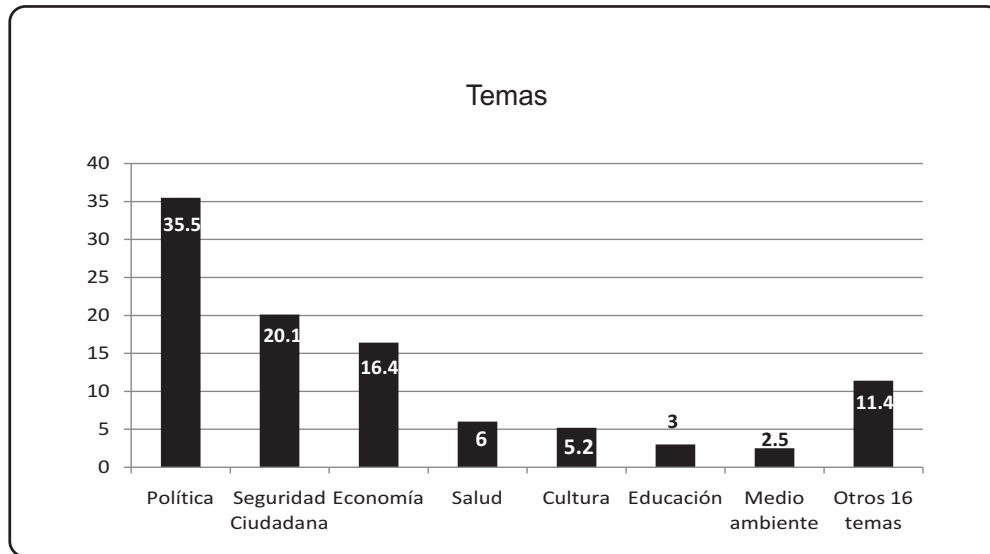
Para lograr la síntesis descrita en el párrafo anterior, en el 93.1% de los titulares los editores utilizaron técnicas para ahorrar palabras y sólo en el 6.9% no se utilizó ninguna.

Un poco más de las dos terceras partes de los titulares están escritos en una y dos líneas, siendo 37.5% de una línea y 30% de dos líneas. El promedio de líneas por titular es de 2.1. El esfuerzo de los tituladores por ofrecer titulares cortos se plasma en el hecho de que casi el 70% de los titulares está en una o dos líneas. Hay una creciente preocupación de los diarios por hacer cada vez más atractiva y ordenada su diagramación de la primera plana, lo que exige menos líneas en los titulares. Los diarios están tratando de ofrecer más titulares de sólo una línea.

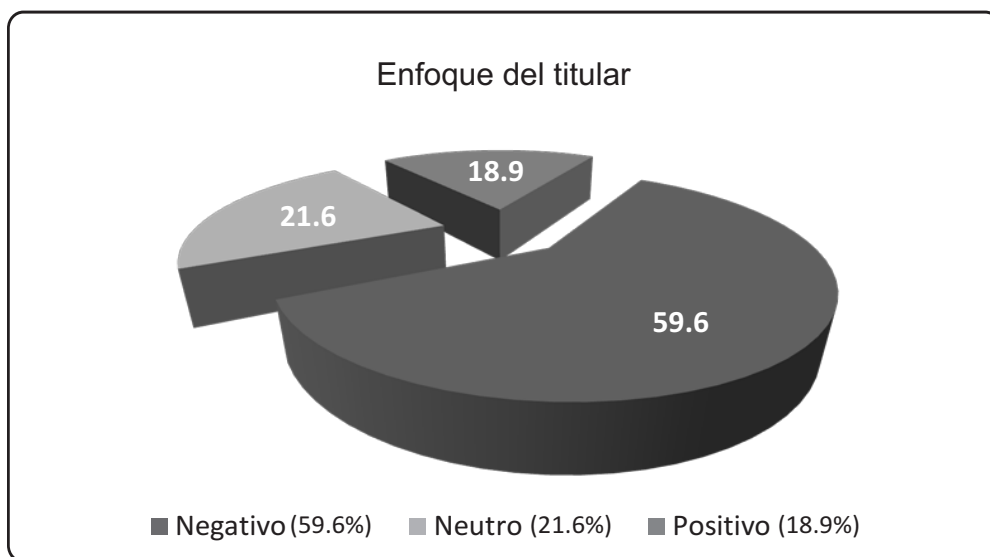


Entre nueve y once y media pulgadas es la extensión más utilizada por los editores de los diarios para formular sus titulares de primera plana. Las dos terceras partes de los titulares tienen una extensión lineal de entre siete y doce y media pulgada. El titular de menor extensión es de dos pulgadas y el de mayor, de diecinueve pulgadas. El promedio es de 9.2 pulgadas

6. Temas: La agenda política se impone en las portadas de los diarios, así como el enfoque negativo en la información. Veintiséis temas abordan los titulares de las notas informativas, pero uno de ellos, la política, representa más de la tercera parte (35.5%); la seguridad ciudadana, una quinta parte (20.1%); y la economía, una sexta parte. Cuatro temas más: salud, cultura, educación y medio ambiente, se llevan otra sexta parte de los titulares. Quince temas adicionales tienen muy bajos porcentajes.



7. Enfoque: En cuanto al enfoque, un poco menos de la quinta parte de los titulares (18.9%) de las noticias de primera plana son positivas. Casi el 60% tiene un enfoque negativo, a tono con el concepto de que las malas noticias son las preferidas por la mayoría de las audiencias y, por tanto, eso es lo que deben servirle los medios de comunicación.



8. Uso de verbos: Un poco más de las tres cuartas partes de los titulares (77.2), tienen al menos un verbo, lo cual ayuda a dinamizarlos. La mayoría de estos verbos está en tiempo presente, lo que contribuye a imprimirle al titular la urgencia de la inmediatez y actualidad que debe tener una noticia. Igualmente, el hecho de que más de la mitad de los títulos siga la estructura “sujeto-verbo”, les da una mayor claridad.

Un poco menos de las tres cuartas partes de los titulares tiene un adjetivo, lo cual puede ayudar a precisar un hecho, por ejemplo, en intensidad y magnitud, pero en muchos casos introduce aspectos subjetivos que sesgan o desnaturalizan la noticia.

5.5. Conclusiones

- a) Los titulares de ambos diarios son formulados con una gran economía de palabras: un promedio de apenas 5.7 vocablos, lo que denota alta eficiencia de los editores. El esfuerzo de los tituladores por ofrecer titulares cortos se plasma también en que una gran mayoría de los titulares está en una o dos líneas. Se observa un esfuerzo para ofrecer más titulares de sólo una línea.
- b) La utilización de verbos en gran parte de los titulares, la mayoría de ellos en tiempo presente, ayuda a dinamizarlos y a imprimirles la urgencia de la inmediatez y actualidad que debe tener una noticia. Igualmente, el hecho de que más de la mitad de los títulos siga la estructura “sujeto-verbo”, les da una mayor claridad.
- c) Los principales vacíos en la titulación consisten en que casi la tercera parte no expresa por sí mismo el contenido principal de la nota informativa. Una cantidad similar no está en correspondencia con el contenido del primer párrafo de las notas informativas que encabezan. Además, un poco más de la quinta parte de los titulares son cuestionables por manipuladores, inexactos o sesgados, y de los que utilizan cita textual, en una quinta parte ninguna de las fuentes de la noticia expresó tales palabras.
- d) La agenda política se impone en las portadas de los diarios, así como el enfoque negativo en la información.
- e) El uso de adjetivos en los titulares puede introducir aspectos subjetivos que sesgan o desnaturalizan la noticia.

5.6. Recomendaciones

- a) Lograr que todos los titulares expresen por sí mismos la noticia, sin ayuda de antetítulos, asteriscos o el contexto.
- b) Conseguir que el significado del titular siempre exprese el contenido principal de la entrada de la noticia.
- c) Utilizar entrecomillados a manera de cita textual en los titulares sólo cuando alguna de las fuentes lo haya expresado literalmente.
- d) Distribuir a lo largo del diario la temática política, para que no siga concentrando tanto espacio en portada, y pueda aumentar la presencia de otros temas y también diversificarlos más.
- e) Utilizar adjetivos en los titulares sólo cuando sean imprescindibles, porque le dan precisión a su significado.
- f) Mantener la síntesis de los titulares así como el uso de verbos en presente.

5.7 Análisis lingüístico de los verbos en los titulares

Los verbos se consideran la parte medular del texto (información) porque son los elementos que describen los eventos. El verbo es la herramienta básica que tiene el periodista para hacer avanzar la frase y darle dinamismo.

Según la muestra seleccionada, 50 títulos en total, el 66% tienen verbo manifiesto, el 16% tienen verbo elidido y el 18% no presentan forma verbal conjugada.

La flexión verbal de expresar en español número y persona, y también tiempo y espectro.

El número y la persona constituyen información relativa al sujeto, el modo refleja a su vez ciertas facetas de la actitud del hablante, así como algunas características semánticas de los predicados en las oraciones que éstos toman como argumentos. El tiempo es una categoría deíctica que permite ubicar directa o indirectamente los acontecimientos en relación con el momento en que se habla.

En este estudio se abordan los accidentes gramaticales del modo y el tiempo verbales, por considerarse importantes para la comprensión de la información que se brinda en un titular de periódico.

El tiempo

El tiempo verbal refleja una orientación temporal de los eventos respecto al momento de la enunciación. El oyente (lector) debe inscribir el titular en cierto dominio temporal para poder ser interpretado cabalmente así la información ausente puede ser proporcionada por el contexto. No todos los tiempos verbales se orientan directamente respecto del momento del habla (es decir el instante en que se emiten los enunciados), como es el caso de los siguientes titulares: *Gemelitos mueren en El Trapiche*, *Acalde de León despoja de su cargo a concejal FSLN*, *Luis Enrique llora en su patria*, *Reabren tras enorme daño*, cuyos verbos están en presente, sin embargo expresa un evento ocurrido previamente al momento en que se expresa la noticia, esto es, no coinciden el momento de la codificación (redacción de la noticia, en este caso) y el momento de la decodificación (lectura de la noticia).

Los casos de los titulares anteriores son presentes para el redactor pero no para el lector. Podemos notar que en estos enunciados no existen matices deícticos o notas aclaratorias que le permitan al lector ubicarse en el tiempo en que realmente ocurrieron los eventos ya que los títulos son claros y no tienden confundir al lector. En estos casos los titulares están estructurados de esa forma para cumplir con el principio de condensación de los titulares, es decir, emplear el menor número de palabras posible.

Según la Nueva Gramática de la Lengua Española “se llama presente de sucesos recientes o de pasado inmediato al que, como su nombre lo indica, se usa para expresar hechos acaecidos en cierto punto del pasado cercano al momento, así como para hacer referencia al resultado de éstos”. (2009, p. 1717).

Esta situación es común en los titulares de periódicos, como los casos anteriores, lo que ocurre precisamente porque el redactor desea presentar como actuales los eventos a los que se refiere. Y esto es así porque el redactor piensa en el lector y es por ello que da preferencia al momento de la

descodificación (lectura de la noticia), en vez del momento en que se escribió. Obviamente esto hace que el lector sienta que la noticia es reciente y le da la sensación de que está siendo informado en el momento en que ocurren los acontecimientos.

En titulares tales como: *Sembramos lluvia, y ahora cosechamos agua para cultivar*, *Caso Amalia es una emergencia médica*, El bus viene sobre nosotros, podemos advertir claramente que el reportero usa frases pronunciadas por otros. El tiempo verbal empleado en estos casos es el presente de sucesos recientes, es decir que estas frases fueron expresadas por los hablantes en el momento en que ocurrieron los eventos y que fueron tomadas por el reportero para dar mayor realce y actualidad a lo expresado. Quien lee el titular tiene la percepción de que lo ocurrido es reciente y por tanto se interesa en la noticia.

El presente también se emplea para referirse a un hecho que ocupa cierta extensión temporal indeterminada. Los eventos expresados en los siguientes titulares: *Crean red de solidaridad con haitianos*, País no tiene recursos bélicos para amenazar, Piden cuentas a Chávez, permanecen en el tiempo y no necesariamente concluyeron en el momento del habla, sino que perduran.

El énfasis puesto en el “presente histórico” responde a factores estructurales tales como la presión ejercida por la inmediatez, que obliga a los periódicos a buscar maneras de competir en una “actualidad” definida por sus rivales, por lo que la “presentificación” de los titulares sería una de esas respuestas. Además, el presente simple hace gala de una multifuncionalidad que le presta un atractivo adicional, pues vale tanto para infundir actualidad a hechos pasados (*Gemelitos mueren en El Trapiche*) como a acontecimientos futuros (*Prevén un año “difícil” para la siembra de granos*).

Por otra parte, la mayor brevedad de las formas en presente simple frente a las expresadas en pretérito perfecto o futuro, resulta ventajosa para redactores sujetos a restricciones de espacio tipográfico, pues las formas del presente ocupan menos espacios que los otros tiempos verbales.

Otra razón por la que se emplea con mayor frecuencia el presente de indicativo es porque el titular en presente, combinado con la supresión de elementos deícticos temporales (hoy, ayer, mañana...), tiene por efecto situar los acontecimientos aludidos en un presente estático y ahistórico, que únicamente se puede anclar en unas coordenadas temporales determinadas a través de la relación anafórica de sentido que mantienen con el texto que encabezan. De tal manera, titulares y cuerpo de noticias conforman una “estructura temporal extendida”.

Se observa la prevalencia del tiempo presente, lo que se debe a que los titulares son más próximos en presente que en pasado, lo que atrae al lector y le da la sensación de que está siendo informado en el momento en que se dan los acontecimientos y además tiene la impresión de que está leyendo algo reciente. Pues todo periodista tiene claro que la noticia tiene por objeto resumir el presente social, ofrecer al ciudadano la presencia resumida de la realidad social que le envuelve, nadie está interesado en leer noticias que ya quedaron en el pasado. Es por esta razón que existe preferencia por el empleo del presente del indicativo y un rechazo por las formas verbales “débiles” o connotadas de incertidumbre o improbabilidad (con la salvedad del tiempo futuro).

Otro tiempo verbal empleado en los titulares seleccionados es el pretérito imperfecto, cuya característica es que presenta las situaciones en su curso, es decir, enfocando su desarrollo interno sin aludir a su comienzo ni a su final, de manera que se oculta al receptor cualquier información relativa a sus límites. No puede dejarse de lado el hecho de que el uso del pretérito imperfecto requiere la vinculación temporal con otra situación pasada, así en: *Agentes de la Unidad corrían graves riesgos*, el

lector percibe la información no como pasada sino que aún está ocurriendo no sólo en el momento de la redacción de la noticia sino también en el momento en que se está informando (leyendo), es decir percibe una noticia como actual, que todavía tiene vigencia. Es como un presente en el pasado.

Muy poco empleado es el pretérito indefinido: *Bosawás perdió casi un 60%, Chávez pidió cuentas, Ortegaismo se hizo del Canal 8*. Este tiempo verbal expresa acciones realizadas y acabadas en el pasado pero el efecto de esa acción perdura en el presente, como en el caso de la pérdida sufrida por Bosawás o el hecho de que el orteguismo se haya convertido en dueño de canal ocho. Por tanto, la información que se presenta capta la atención del lector puesto que se trata de una noticia actual.

Otro tiempo empleado es el futuro simple, que expresa una situación posterior al momento de la enunciación: *Ejército no legitimará a magistrados de pacto, Moratoria traerá graves consecuencias*. En estos casos indica acciones que se van a realizar o que pueden ocurrir como consecuencia de algo. Su valor significativo indica imprecisión temporal y cierta eventualidad. En ambos casos se trata de advertencia sobre hechos presentes, lo que permite al lector estar informado sobre algo que está ocurriendo, de manera que la información se considera actual, aun cuando se trate de acciones futuras.

Nos atreveremos a esbozar una interpretación hipotética. Para comenzar, recordemos que en la práctica habitual del periodismo el modo futuro se reserva para situaciones determinadas. En algunas ocasiones, los periodistas necesitan anunciar algunos hechos que con casi absoluta certeza se van a producir y, sólo en estos casos concretos, emplean el tiempo futuro que también resulta atractivo a los ojos de los lectores al anunciarles los que van a ocurrir. En todo caso, suele utilizarse el tiempo futuro de los verbos con mucha precaución para anunciar un futuro más o menos inmediato, porque rara vez se arriesgan los periódicos a aventurar hechos que pueden suceder a medio o largo plazo. En la muestra seleccionada se observan pocos titulares con verbos conjugados en futuro, y la razón es obvia: un hecho ocurrido en el pasado todavía posee mayor entidad ontológica que otros de estatuto hipotético como los que aún no han sucedido. En otras palabras, los periódicos no se arriesgan a presentar como hecho reales los acontecimientos venideros porque éstos pueden no ocurrir.

Titulares no verbales

Otra forma de titular las noticias es mediante titulares no verbales y los de verbo elidido: *Nada claro en la matanza de Waslala, Rivas y Cia. ausentes en sesión AN, Unos 100 mil campesinos golpeados por "El Niño", ¿Magistrado o médico forense?, Culpable por abuso de poder*. Podemos ver claramente que estos titulares no verbales adolecen del anclaje en la actualidad que confieren los verbos, son estáticos, no expresan tiempo alguno, por lo que el lector debe remitirse al cuerpo de la noticia para su contextualización temporal. A nuestro modo de ver, interviene aquí un cúmulo de razones, a saber: la apropiación por los periódicos de pautas de titulación características de las revistas la preferencia de la opinión por las formas nominales; la multiplicación de los reportajes, comúnmente titulados con formas no verbales.

El sintagma nominal –la forma dominante entre los titulares no verbales–, aparte de la economía lingüística que entraña la supresión del sintagma verbal (una ventaja muy conveniente a la hora de titulares breves) y de su gran variedad estructural (comprende interjecciones, núcleos nominales con subordinadas y oraciones interrogativas o circunstanciales desarrollados en forma de cláusulas), presenta un atractivo adicional de orden semántico: “permite una visión integradora del acontecimiento en cuestión. Es decir, el titular nominal aspira a una presentación visual de los hechos

en sí al margen de las acciones.

A un periodismo trabado en la dura lucha por atraer a lectores bombardeados por la televisión y la radio con informaciones inconexas, las fórmulas panorámicas le resultan de gran utilidad a la hora de suministrarles condensaciones interpretativas de la realidad. Obligada a enfatizar el aura de “actualidad” de sus noticias si pretende competir con éxito con los medios abanderados de la “inmediatez”, la prensa no tiene más opción que recurrir a los titulares en presente, o a los sintagmas nominales (por ejemplo: *Marcha contra la violencia, Reina Segoviana*).

Este tipo de titulares son, pues, preferidos por ser enunciados “atemporales” y de gran predicamento. Para dar carácter de objetividad a la información los redactores en estos casos se han valido no sólo de los tiempos verbales que se han analizado anteriormente sino también del modo de los tiempos verbales. Así prevalece en los titulares el modo indicativo, que es un modo *realis*, por expresar los hechos como algo real y objetivo.

Utilizan en su mayoría verbos en tiempo presente del modo indicativo, con el fin de hacernos llegar su mensaje de forma más directa, viva, acorde con la realidad que experimenta, aporta al lenguaje un carácter más objetivo, logra en el lector una mayor identificación con la situación de la que se le está informando, pues según la gramática, los verbos en modo indicativo denotan seguridad; se usan para afirmar algo.

Uso de oraciones impersonales

La ausencia del sujeto en titulares como: *Crean red de solidaridad con haitianos, Denuncian seria falla mecánica en buses rusos, Piden cuentas a Chávez, Prevén un año “difícil” para la siembra de granos, Señalan a Coordinador de CPC de fomentar las tomas de tierras*, puede denotar la ausencia total de sujeto o bien éste puede recuperarse mediante el contexto (al leer la información a la que hace alusión el titular). La falta de un sujeto expreso en estos titulares sólo refleja un procedimiento estratégico para suavizar o reducir la fuerza de un acto de habla cuyos efectos pueden no ser bien recibidos por el lector. También se trata de una estrategia para no implicar directamente a nadie en el hecho que se está informando, o bien porque realmente se desconoce al sujeto que denuncia o realiza los eventos.

En los casos de: *Denuncian seria falla mecánica en buses rusos y Señalan a Coordinador de CPC de fomentar las tomas de tierras*, donde se hacen acusaciones en contra de alguien, puede incluso indicar que es una presunción, o que no han confirmado la información recibida, de esta manera evitan cualquier responsabilidad legal por algún error. Esta situación también implica que el reportero no tiene una fuente fidedigna de las denuncias o del señalamiento o no quiere implicar al informante.

El uso de las oraciones impersonales, permite que los autores de estos textos manifiesten un menor compromiso respecto del contenido informativo, dado que transfieren la responsabilidad a alguien que se oculta. También se puede inferir la actitud del emisor ante su mensaje, y concretamente en la forma cómo manifiesta el grado de certeza o duda de la información que aporta. De esta manera, tanto el diario como el reportero, eluden cualquier responsabilidad legal ante lo dicho.

El modo

El modo que prevalece en los titulares seleccionados es el modo indicativo, el cual expresa los hechos como algo real y objetivo. Esto es importante porque el lector siente que la noticia no es irreal

o hipotética, sino que está siendo informado sobre hechos que están ocurriendo con certeza.

La sintaxis

En cuanto a la construcción sintáctica de estos titulares siguen el esquema sujeto, verbo, complementos. Igual las oraciones impersonales (*Alteran actas como en el 2008, Reabren tras enorme daño*), presentan la construcción verbo-complementos. En el siguiente grupo de titulares no sólo se sigue con el orden sintáctico de los elementos de la oración, según su función sintáctica sino que el periodista también desea destacar el sujeto, es decir hace énfasis en ellos y los pone de trasfondo y es por eso que les asigna una posición periférica al inicio de la oración.

Es notorio cómo lo que interesa resaltar son los sujetos *Gemelitos, Acalde de León, Luis Enrique, Wal-Mart*, puesto que ubica en primer lugar la información que se considera más relevante. La posición pre verbal de estos sujetos advierte que se nos va a informar algo acerca de ellos.

Existen otros titulares, aunque son muy pocos, que presentan una información incompleta para el lector: *Bosawás perdió casi un 60%*. Este titular no informa qué es exactamente lo que perdió Bosawás, porque podría tratarse de extensión territorial o bien de la pérdida de bosque. Igual ocurre con: *Se desmaya*, este titular no nos da mayor información por tanto no despierta el interés del lector, se debe especificar quién se desmaya o si el titular está empleado en forma metafórica.

Ejemplo de titulares

Titulares con verbo elidido

1.	"Montealegre perseguido"
2.	Nada claro en la matanza de Waslala
3.	Rivas y Cia. ausentes en sesión AN
4.	Unos 100 mil campesinos golpeados por "El Niño"
5.	¿Magistrado o médico forense?
6.	Culpable por abuso de poder
7.	Importadoras con graves afectaciones
8.	Tóxico sobre el 3-80

Titulares nominales

1.	Caos en Corte Suprema
2.	El riesgo de caminar por el barrio
3.	Enésima "puñalada" de Alejandro Ruiz
4.	Hasta siempre, Salvador
5.	Leve ventaja PLC en RAAS
6.	Marcha contra la violencia
7.	Mensaje claro
8.	Orden de captura para violador un año después
9.	Reina Segoviana

Lista de titulares con verbos

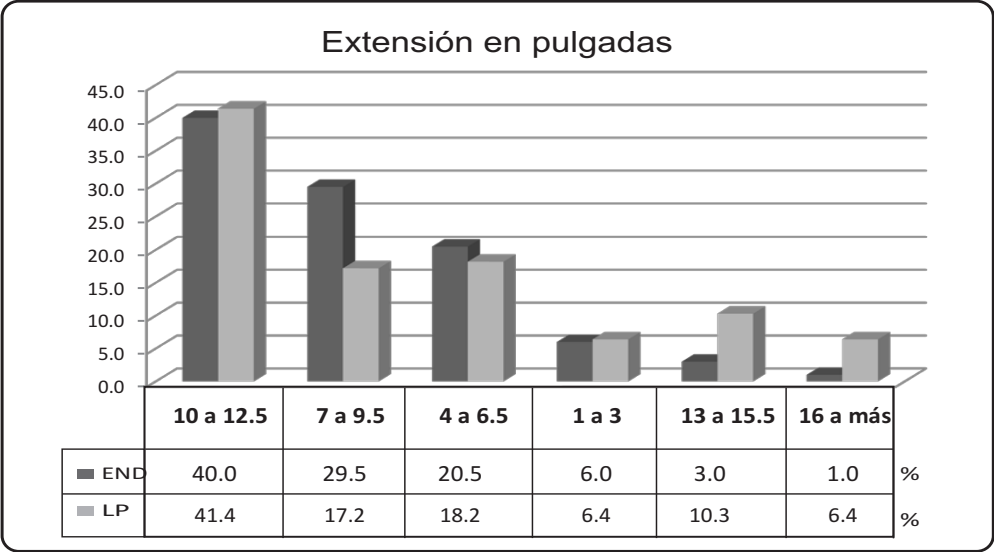
1.	"Caso Amalio es una emergencia médica"
2.	"El bus viene sobre nosotros"
3.	"Sembramos lluvia, y ahora cosechamos agua para cultivar"
4.	Acalde de León despoja de su cargo a concejal FSLN
5.	Agentes de la Unidad corrían graves riesgos
6.	Alteran actas como en el 2008

7.	Aumento de luz revela perverso círculo de Albanisa
8.	Bosawás perdió casi un 60%
9.	Chávez pidió cuentas
10.	Congelación de mentira y hablan de otra alza
11.	Crean red de solidaridad con haitianos
12.	Denuncian seria falla mecánica en buses rusos
13.	Drama de los 12 jóvenes muertos se prolonga
14.	Ejército no legitimará a magistrados de pacto
15.	Extraditado es sicario peligroso
16.	Fiebre de hoy es fenómeno mediático
17.	Gemelitos mueren en El Trapiche
18.	Inversionistas siguen pesimistas
19.	Luis Enrique llora en su patria
20.	Moratoria traerá graves consecuencias
21.	Nicaragua puede ser víctima del narcotráfico
22.	Obispos abogan por un verdadero diálogo
23.	Ortega presenta plan contra sequía
24.	Orteguismo se hizo del Canal 8
25.	País no tiene recursos bélicos para amenazar
26.	Piden cuentas a Chávez
27.	Policía protege a Solís y a Cuadra, dice Martínez
28.	Prevén un año “difícil” para la siembra de granos
29.	Reabren tras enorme daño
30.	Se desmaya
31.	Señalan a Coordinador de CPC de fomentar las tomas de tierras
32.	Suecia pide fortalecer la democracia
33.	Wal-Mart reitera plan de inversión

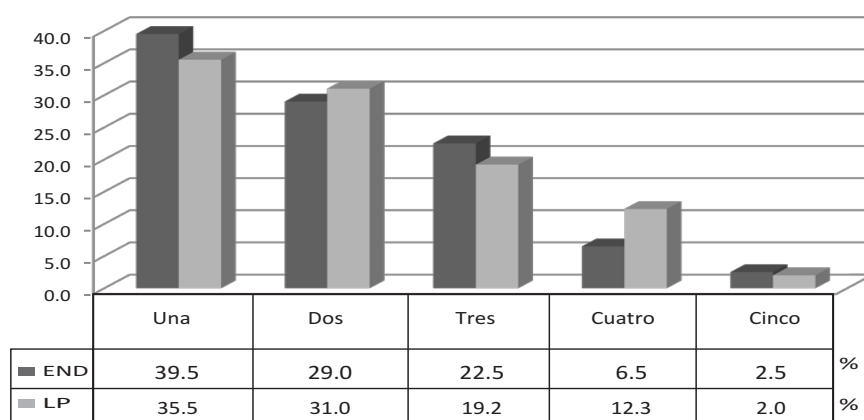
5.8. Análisis comparativo entre El Nuevo Diario y La Prensa

1. En promedio, LP le da una extensión mayor en una pulgada a sus titulares, que END, el cual utiliza dos líneas por titular, y LP, 2.1. Hay un mejor aprovechamiento de su primera plana, de parte de END. La mayoría de los titulares tienen una extensión de diez a doce y media pulgadas: LP, 41.4% y END, 40.0%. El segundo rango en extensión con más titulares, es el de siete a nueve y media pulgadas, que en el que END tiene 29.5% y LP, 17.2%. Los titulares de más de once y media pulgadas, van a dos o tres columnas.

En el rango más corto, de una a tres y media pulgadas, LP tiene un poco más de titulares (6.9%), que END (6.0%). LP tiene más titulares de mayor extensión, por ejemplo, de trece a quince y media pulgadas (LP: 9.9%; END: 6.0%), y en los de más de dieciséis pulgadas (LP: 6.4%; END: 1.0%). Uniendo los dos rangos de menor extensión, END tiene el 26.5% de los titulares entre una y seis y media pulgadas y LP 25.1%. En promedio, LP le da una extensión mayor que una pulgada a sus titulares (9.73), que END (8.72), con la consiguiente ventaja para este último.

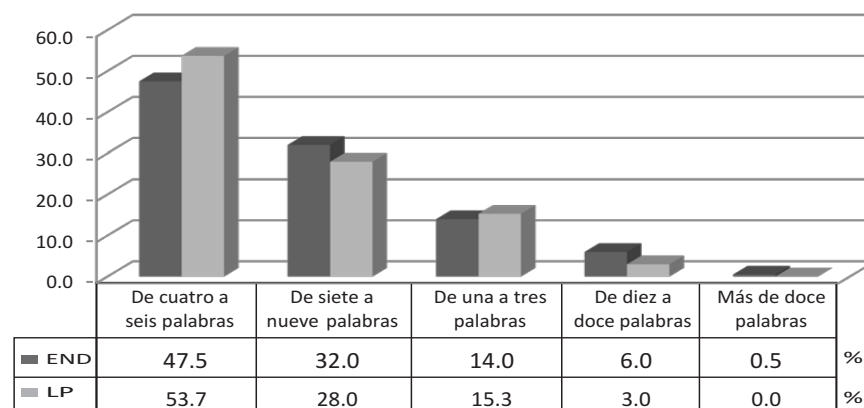


¿En cuántas líneas está escrito el titular?

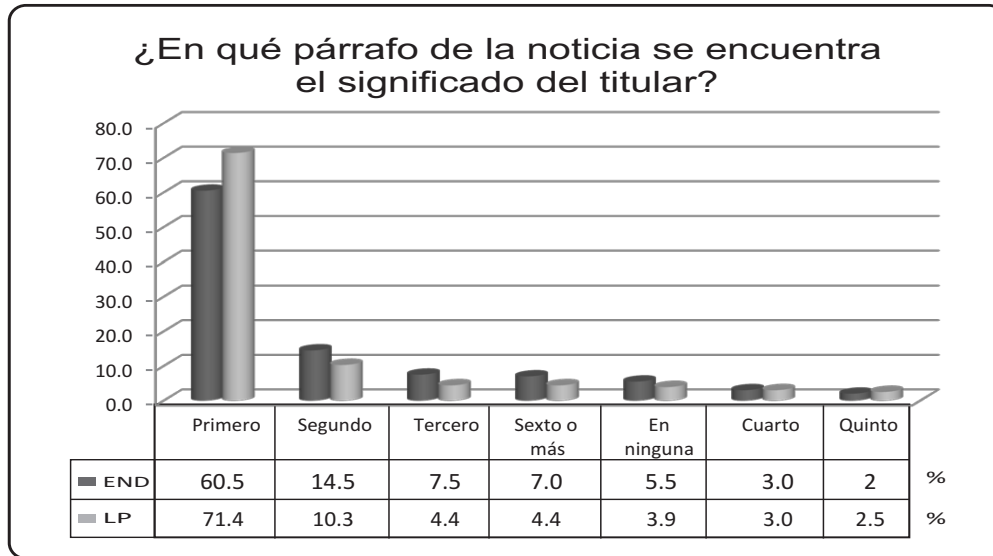


2. El promedio de palabras utilizadas por LP es de 5.56 palabras por titular; y para END, 5.93 palabras. Globalmente, LP utiliza el 2.55% menos palabras que END en la construcción de sus titulares, lo que representa una ventaja sobre su competidor.

Cantidad de palabras del titular



3. El significado del titular se encuentra principalmente en el primer párrafo de la noticia, en LP (71.4%) y en END (60.5%). En el segundo párrafo, END (14.5%) y LP (10.3%). Primero y segundo párrafos suman, respectivamente: LP, 81.7% y END 75.0. Lo principal de una noticia debe estar en el primer párrafo y eso es precisamente lo que debe expresar el titular, por lo tanto el hecho de que el 29.5% de los titulares de END y el 28.6% de los de LP no estén contenidos en el primer párrafo, implica una deficiencia en la titulación o en la redacción de la nota informativa. Podría ocurrir que el editor identifique la noticia en uno de sus párrafos, distinto al primero, y sobre eso escribirá su título, sin modificar la nota. También puede suceder que el editor discrepe con el periodista sobre lo que es más noticioso.



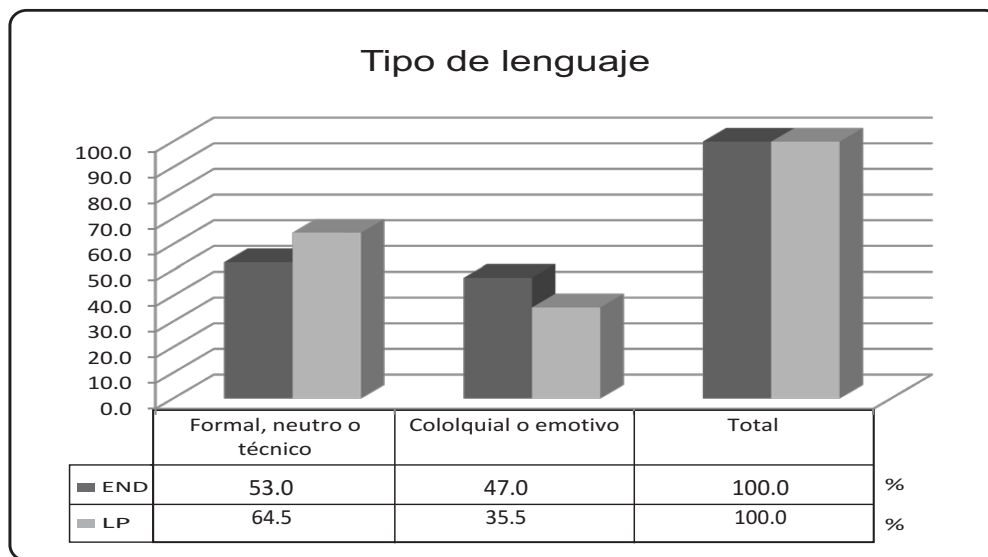
Podría estar pasando que la nota esté escrita como crónica, pero son excepciones, pues casi todas las noticias están formuladas bajo el concepto de la pirámide invertida, es decir, de mayor a menor importancia. También es una insuficiencia que el significado del 5.5% de los títulos de END no se encuentre en ninguno de los párrafos de las noticias que encabezan. Para LP es 2.5%. Esto implica una titulación al margen del contenido o que los títulos son muy generales, sugerentes, metafóricos o como juegos de palabras.

4. El 25.0% de los titulares de END son a seis columnas, es decir, los títulos principales, mientras que los de LP son el 14.3%. En ambos diarios los titulares más frecuentes son a dos columnas y con el mismo porcentaje (31.0%). Se debe anotar que titulares a cinco columnas también pueden ser los principales de una edición.

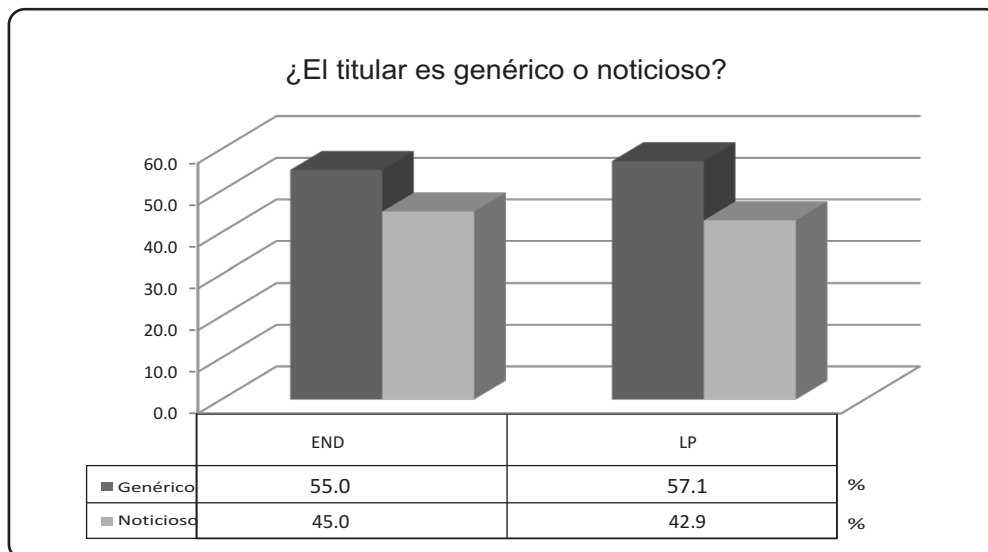
5. LP tiene una ligera ventaja sobre END de 3% en cuanto a total correspondencia entre titulares y contenido. El significado de los titulares de END y LP únicamente no se corresponde con el contenido en un 3.0% en el primero y 3.5% en el segundo, es decir, hay fidelidad y congruencia en la casi totalidad de los titulares con el contenido de la nota informativa en ambos diarios. En END hay correspondencia total en el 82.0% de los titulares; en gran parte (5.5%) y medianamente (9.5%). En LP, la correspondencia total es de 85.2%, en gran parte (1.97%) y medianamente (9.36%).

6. El hecho de que el 29.5% de los titulares de END y el 28.6% de los de LP no estén contenidos en la entrada, implica una deficiencia en la titulación o en la redacción de la nota informativa. También es una insuficiencia que el significado del 5.5% de los títulos de END no se encuentre en ninguno de los párrafos de las noticias que encabezan. Para LP es 2.5%.

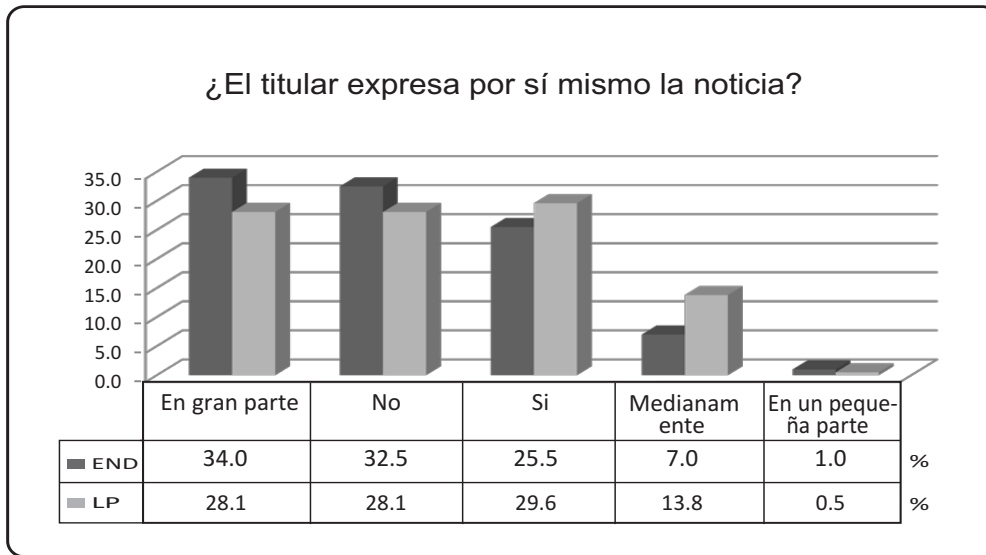
7. LP tiene el 11.5% más de titulares formales que END. Este último presenta un mejor balance en el uso de los lenguajes formal y coloquial. Es posible que esta diferencia se deba a los públicos a quienes van dirigidos sus mensajes. El lenguaje que prevalece en los titulares de ambos diarios, es el formal, neutro o técnico (LP: 64.5% y END: 53.0%), sobre el coloquial, conversacional o emotivo (END: 47.0%, LP: 35.5%).



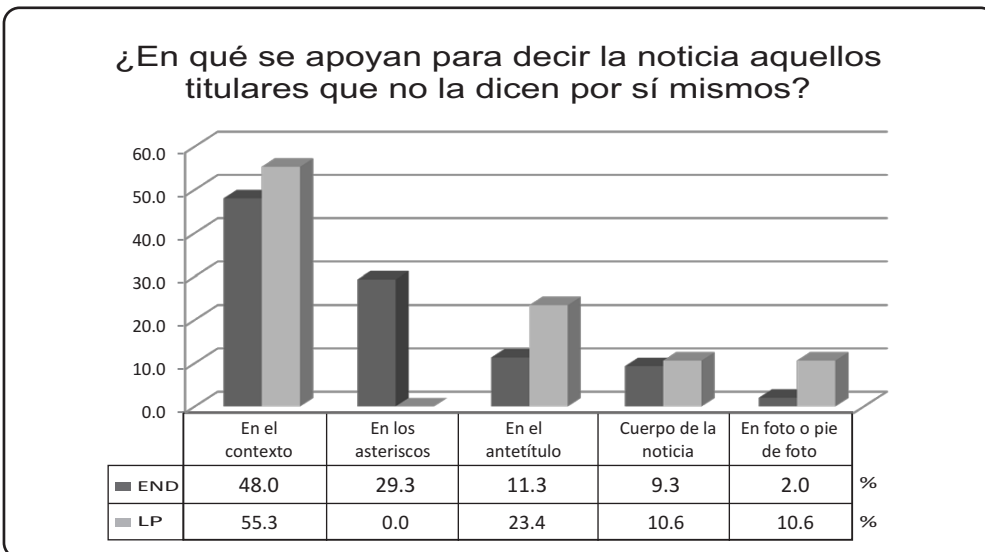
8. END presenta más titulares noticiosos (45.0%) que LP (42.9%). En consecuencia, LP tiene más títulos genéricos (57.1%) que END (55.0%). Los titulares noticiosos suelen ser más precisos, pero los genéricos podrían ser más expresivos. No obstante, dado que se trata de diarios, debe prevalecer el titular noticioso. Los genéricos son más propios de revistas. Debe considerarse una ventaja de END.



9. El 33.5% de los titulares de END no expresan por sí mismos la noticia, mientras que en LP es el 28.6%. El 71.5% de los titulares de LP expresan por sí mismos la noticia, así como el 66.5% de los de END, lo que implica una ligera ventaja de parte del primero. Estos porcentajes denotan insuficiencias en la titulación, pues los titulares deben expresar por sí solos lo fundamental de la información que encabezan.

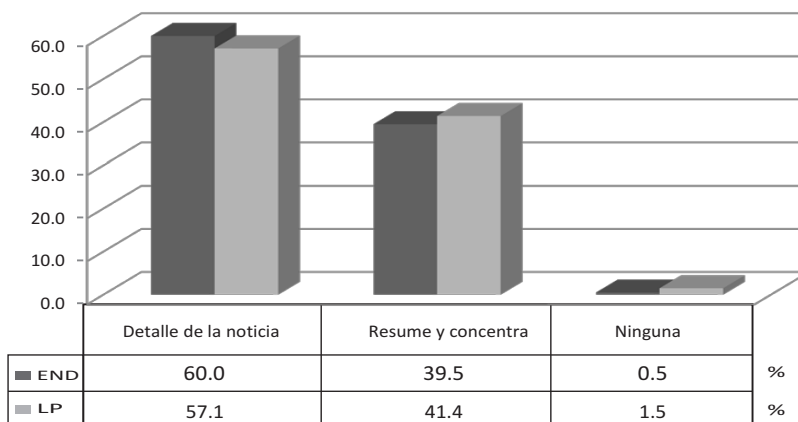


No obstante, ya es costumbre en los diarios nacionales que el titular diga sólo una parte de la noticia, y que el resto esté en el antetítulo, asteriscos o en el contexto. El contexto funciona especialmente cuando la información no es un hecho noticioso que nace y muere en 24 horas, sino que forma parte de un proceso y permanece en agenda informativa durante varios días. Por tanto, el contexto incluye las ediciones anteriores del diario, en particular la del día previo, y algunas veces los editores titulan como si las audiencias estuvieran obligadas a saber lo que se dijo el día anterior sobre ese mismo hecho.



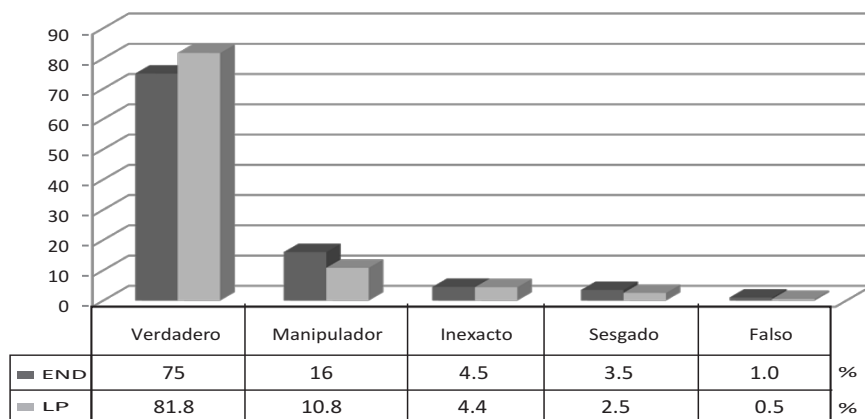
10. En ambos diarios prevalecen los titulares que ofrecen un detalle de la noticia (END: 60% y LP: 57.1%), sin embargo, en END es un poco mayor. Los titulares que resumen son mayoritarios en LP (41.4%) por sobre 39.5%, de END. Los titulares de detalle suelen ser más noticiosos, por lo que hay una ventaja de END.

¿El titular resume la noticia o se refiere a un detalle de la misma?

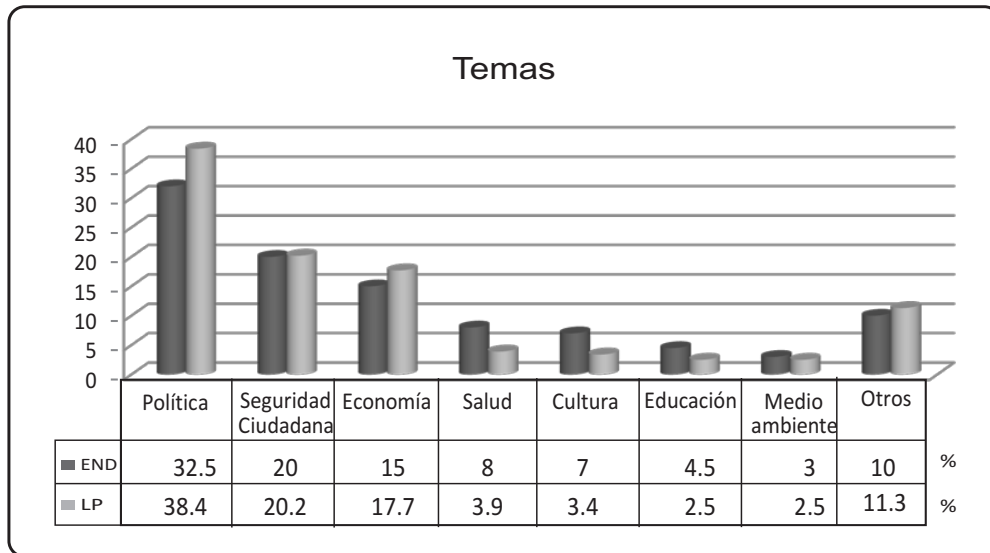


11. Por su apego o no a los hechos detallados en la noticia, el 81.8% de los titulares de LP son verdaderos, y el 75.0% de END. Son titulares manipuladores el 16.0% de END y el 10.8% de LP. Son inexactos y sesgados, 4.5% y 3.5% de END, y 4.4% y 2.5% de LP. Titulares falsos, que nada tienen que ver con la noticia, sólo son 1.0% de END y 0.5% de LP. Ventaja de LP. Son titulares manipuladores aquellos que, aún siendo congruentes con el contenido de la noticia, incorporan elementos adicionales, extraños a la noticia, para abonar según sus conveniencias editoriales y sus alianzas con diferente sectores sociales. Los porcentajes, en ambos casos mayores al diez por ciento, deben tomarse en cuenta, para procurar eliminar este tipo de titulación.

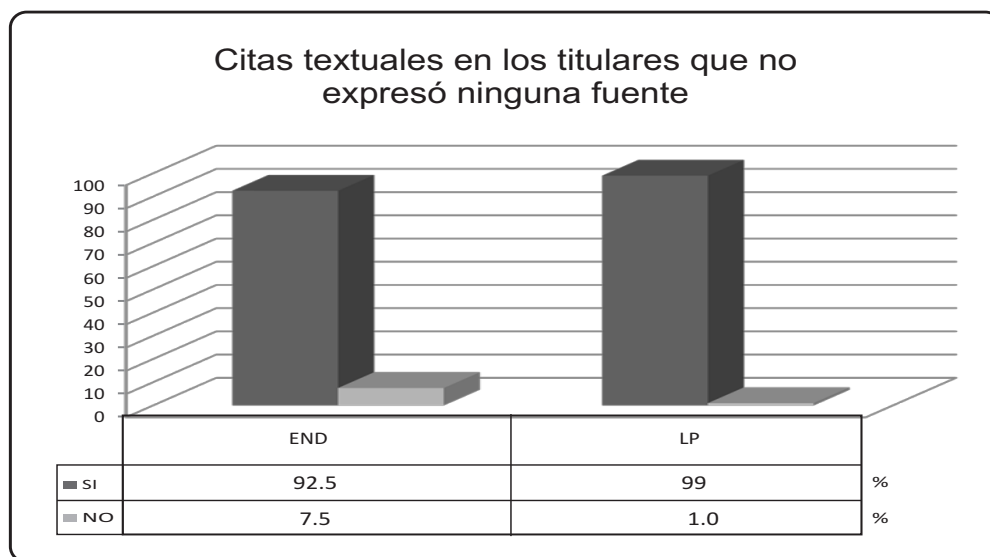
Por su apego o no a los hechos detallados en la nota informativa, el titular es:

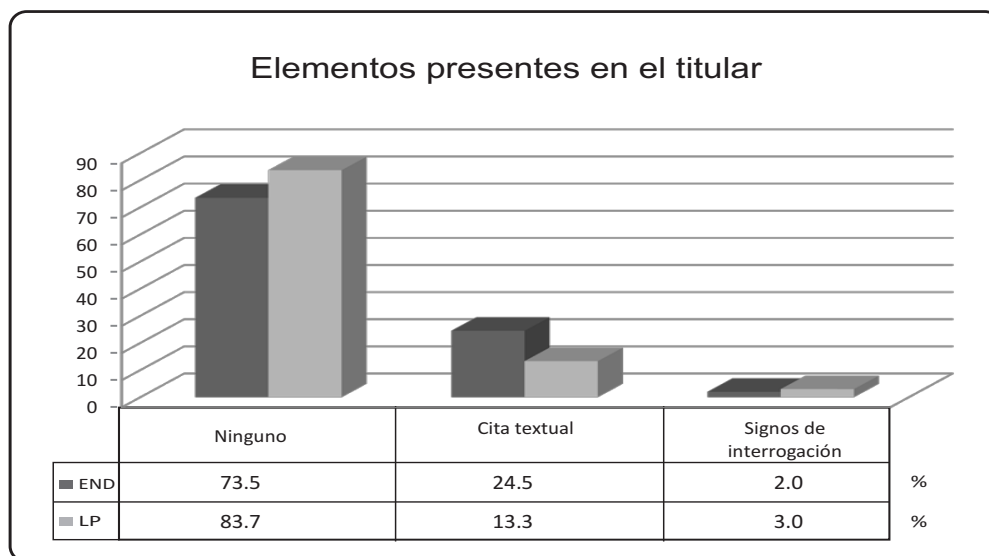


12. La agenda política de LP es un poco más cargada que END, con 38.4% y 32.5%, respectivamente. En seguridad ciudadana y economía, son similares: 20.2% y 17.7% LP, y 20.0% y 15.0%, END. En salud y cultura, END duplica a LP con 8% y 7%, contra 3.9% y 3.4%. Ventaja para END con menos titulares de política y más de salud y cultura.

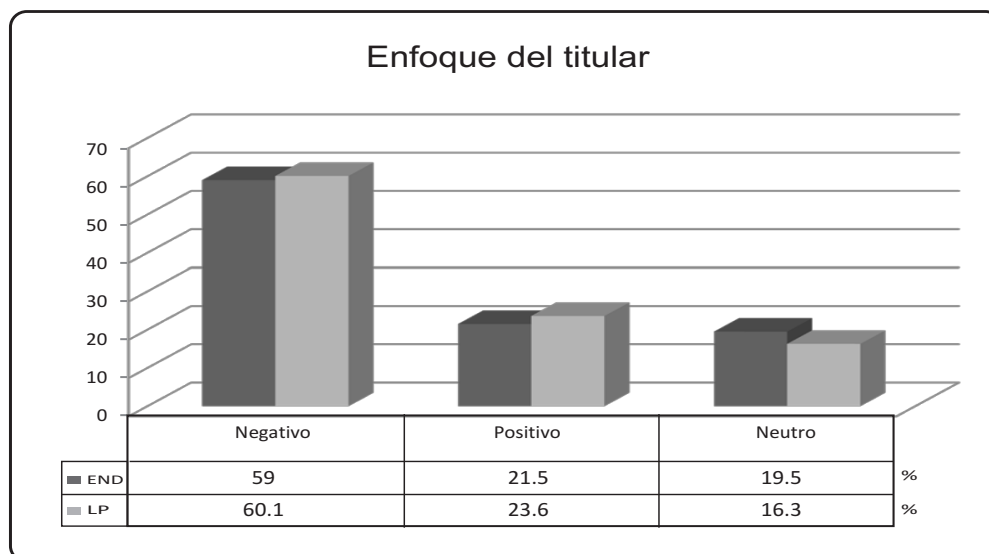


13. Las palabras que aparecen entre comillas en el 7.5% de los titulares de END, no fueron dichas por ninguna de las fuentes que aparecen en la noticia. En LP, sólo el 0.99%. Esto es una debilidad de la titulación, pues en los titulares se aparenta una atribución que no existe, porque ninguna fuente respalda el entrecomillado. Desventaja de END.





14. Ambos diarios tienen un comportamiento similar. En enfoque negativo, END apenas un poco menos que LP; en enfoque positivo, LP un poco arriba; y en neutro, END un poco mejor.



15. Más titulares de LP (80.3%) tienen al menos un verbo en su escritura, que los de END (74.0%). La mayor parte de los verbos utilizados en los titulares de primera plana de ambos diarios están en tiempo presente. En LP (66.7%) y en END (59.2%).

El 27.0% de los verbos de END son atemporales, y en LP, 22.7%. Una mínima parte está en otros tiempos. En pasado (END 8.7% y LP 7.6%); en futuro (END 4.1% y LP 1.5%); en participio (LP .5% y END 0.5%), y en pasado y presente (END 0.5%).

16. Los titulares de tipo enunciativo o explícitos prevalecen en LP y END (57.6% y 46.0%). END tiene más titulares interpretativos (27.0%) que LP (17.7%). El tipo interpretativo puede ser más atractivo, pero corre un mayor riesgo de subjetividad. En los metafóricos, LP (14.3%) y END (12.5%).

Los sugerentes son más en END (7.0%) que en LP (4.9%). En titulares amarillistas casi igual, END (5.0%) y LP (4.9%). En titulares hiperbólicos o exagerados, END supera a LP, 2.5% contra 0.5%. En general, en los titulares interpretativos, metafóricos, sugerentes, amarillistas e hiperbólicos, hay un mayor margen de subjetividad y, por tanto, de alejarse de los hechos. Pero puede haber titulares interpretativos metafóricos y sugerentes que sean objetivos, no así los amarillistas e hiperbólicos cuya naturaleza está en la exageración y deformación de los hechos. Estos últimos son el 7.5% en END y 5.4% en LP.

17. En los titulares prevalece su elaboración desde las consecuencias de la noticia, con 66.5% para END y 61.1%, LP. A partir de que los títulos expresan una causalidad, LP 33.5% y END 30.5%. Una mínima parte de los títulos no expresan consecuencia ni causalidad. Son 3.0% de END y 5.4% de LP. Las consecuencias de un hecho suelen generar noticias, no el hecho mismo, sobre todo cuando las repercusiones son negativas. El hecho de que más titulares fueran elaborados a partir de las consecuencias y no de las causas, es perfectamente coherente con esta condición de la realidad.

18. El 58.1% de los titulares de LP siguen la estructura sujeto-verbo, y 50.0% en END. Esta estructura les da mayor legibilidad y comprensión a los titulares.

19. Ambos diarios utilizan casi en la misma proporción las mismas técnicas para ahorrar palabras y lograr que sus titulares sean más cortos. La técnica más utilizada es la elipsis o abreviación (END: 68.0% y LP: 67.5%). Le siguen las contracciones (LP: 53.2% y END: 51.0%), siglas (LP: 20.2% y END 17.5%), calificativos populares o modismos (END: 10.5% y LP: 7.4%). En una mínima parte de los titulares no se aplicó ninguna técnica, siendo 8.4% en LP y 5.5% en END.

2. En los titulares de END hay más uso de signos convencionales (26.5%) como comillas, interrogación, admiración, etcétera, que en LP (16.3%). El 24.5% de los titulares de END tiene algunas palabras entre comillas, mientras que en los de LP es el 13.3%. El 1.5% de los titulares de ambos diarios utiliza signos de interrogación y el 0.5%, de admiración.

Las palabras que aparecen entre comillas en el 7.5% de los titulares de END, no fueron dichas por ninguna de las fuentes que aparecen en la noticia. En LP, sólo es el 0.99%. Esto es una debilidad de la titulación, pues en los titulares se aparenta una atribución que no existe, porque ninguna fuente respalda el entrecomillado.



Referencias bibliográficas

- Alarcos Llorach, E. (1977). El lenguaje de los titulares. En F. Lázaro Carreter (Ed.). *Lenguaje en periodismo escrito*. (pp. 125-147). F. March: Madrid.
- Cardet, R. (1998). *Manual de Periodismo*. Praga: Organización Internacional de Periodistas (OIP).
- Casado, M. (1983). *Semiótica de los titulares: pautas para el análisis de titulares periodísticos*, en *Teoría Semiótica. Lenguajes y textos hispánicos*, vol. I, Madrid: CSIC.
- Escribano, A. (2009). *Las voces del texto como recurso persuasivo*. Madrid: Arco Libros.
- Genette, G. (1988). Structure and Functions of the Title in Literature. *Critical Inquiry*, 14(4), 692-720.
- Grijelmo, A. (2001). *El estilo del periodista*. (7ª. ed.) Madrid. Grupo Santillana de Ediciones, S.A.
- Halliday, M.A.K., (1990). *Introduction to functional grammar*, (2da edición), London: Edward Arnold.
- Hurtado González, S. (2007). *Algunas peculiaridades de los titulares de actos del habla en la prensa española e hispanoamericana*, Valladolid: Universidad de Valladolid, proyecto de investigación. Norma, discurso y español panhispánico en los medios de comunicación.
- La Prensa. (2005). *Manual de Estilo y Código de Ética*. Managua: La Prensa.
- López Hidalgo, A. (2001). *El titular: Manual de titulación periodística*. Sevilla: Comunicación Social.
- Maldonado, C. (1991). *Discurso directo y discurso indirecto*. Madrid: Taurus.
- Marín, C. & Leñero, V. (1986). *Manual de Periodismo*. México: Grijalbo.
- Méndez García de Paredes, E. (2000). *Análisis de la forma de introducir el discurso ajeno en los textos periodísticos: El contexto reproductor*. En: Actas del I Simposio de Análisis del Discurso. Madrid: Visor.
- Nadal Palazón, J. V. (2007) *Verdades a medias: La nominalización deverbal en los titulares periodísticos*. México: Universidad Nacional Autónoma de México. Recuperado el 21 de julio de 2010, de: http://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S0188-252X2008000100008&script=sci_arttext
- Real Academia Española (2009). *Nueva Gramática de la Lengua española*. Madrid: Espasa Libros, S.L.U.
- Van Dijk, T.A. (1990). *La noticia como discurso*. Barcelona: Paidós.
- Vivaldi, G. M. (1998) *Géneros periodísticos*. Madrid: Editorial Paraninfo.

